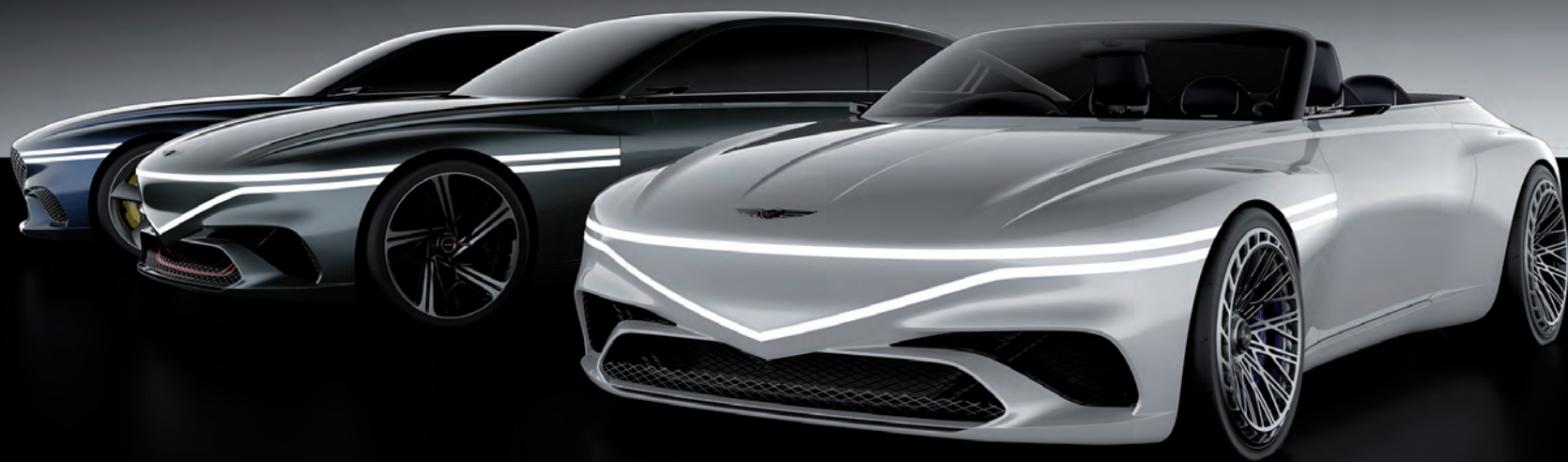


Auto & Design

BIMONTHLY ENGLISH - ITALIANO

CONCETTO ARCHITETTURA IMMAGINE



GENESIS X TRILOGY'S ATHLETIC ELEGANCE



Spedizione in A. P. - D.L. 353/2003 conv. L. 46/2004 art. 1 c. 1 - Filiale di Torino - ISSN 03938387

AUTO & DESIGN 259 - BIMESTRALE - MARZO/APRILE 2023 - ANNO XLV - N. 2 - Euro 10,00 (i.i.) - (in Italy/in Italia)



UN CONCENTRATO DI LIBERTÀ



SCOPRI LA NUOVA JEEP® AVENGER

Il futuro è nelle tue mani. La nuova Avenger è puro DNA Jeep®. Lasciati conquistare dal suo design audace e scopri la sua sorprendente combinazione di affidabilità e versatilità.

Jeep®

FREEDOM IS ELECTRIC

www.jeep-official.it

Consumo di energia elettrica di **Jeep Avenger full-electric** range per kWh/100km: 15,9 – 15,3; emissione di CO₂ (g/km): 0. Valori di omologazione determinati sulla base del ciclo combinato WLTP, aggiornati al 6 dicembre 2022. I valori indicati servono a fini comparativi. **Autonomia Jeep Avenger full-electric**: 404 – 398 km. Valori di omologazione determinati sulla base del ciclo combinato WLTP, aggiornati al 6 dicembre 2022. I valori indicati servono a fini comparativi. L'autonomia effettiva e i valori effettivi di consumo di energia elettrica possono essere diversi e possono variare a seconda delle condizioni di utilizzo e di vari fattori. Per ulteriori informazioni, specifiche e dettagliate sull'autonomia elettrica di Jeep Avenger e i vari fattori che influenzano tale autonomia elettrica saranno forniti su jeep-official.it non appena il veicolo sarà omologato. Consumo di carburante di **Jeep Avenger benzina** (l/100 km): 5,6 – 5,5; emissioni CO₂ (g/km): 126-124. Valori di omologazione determinati sulla base del ciclo combinato WLTP, aggiornati al 6 dicembre 2022. I valori indicati servono a fini comparativi. I valori effettivi di consumo di carburante ed emissioni di CO₂ possono essere diversi e possono variare a seconda delle condizioni di utilizzo e di vari fattori. **Jeep® è un marchio registrato di FCA US LLC**

TRUST AND EMPOWERMENT

In a long interview dedicated to Genesis design, the subject of this issue's cover story (page 8), we asked Luc Donckerwolke how he had managed to bring so many new projects to fruition so quickly. "We can go so fast because we are trusted. Our top management believes in design".

Delegating responsibility and investing in design is more strategic than ever. Further confirmation, if any were needed, comes from the growing number of design centres that Chinese manufacturers, ready to conquer global markets and Europe in particular, are opening or expanding around the world. Italy included: in Milan, after GAC, Geely has also arrived with a new advanced design centre to add to its already extensive network of design centres (interview with Stefan Sielaff on page 27), while in Turin, Changan is doubling its space and increasing the staff of its European Designing Center opened in 2006.

Even historic companies such as General Motors, however, look to Europe, fully aware of how important it is to expand and renew their design activities. Director of the new GM centre in the UK is Julian Thomson (p. 42), who has long experience as a creative designer for the most celebrated British brands. The Vietnamese with their new VinFast brand, meanwhile, continue to build their range, relying on the expertise of design houses in Turin (p. 49). Enjoy your read.

In una lunga intervista dedicata al design Genesis, soggetto della Cover story di questo numero (pag. 8), abbiamo chiesto a Luc Donckerwolke come sia possibile realizzare tanti nuovi progetti così rapidamente. «Possiamo andare così veloci perché abbiamo la fiducia. I nostri vertici aziendali credono nel design».

Delegare responsabilità e investire nel design è più che mai strategico. Un'ulteriore conferma, se ve ne fosse bisogno, viene dal numero crescente di design center che i costruttori cinesi, pronti a conquistare i mercati globali e quello europeo in particolare, stanno aprendo o ampliando in giro per il mondo. Italia compresa: a Milano, dopo GAC è arrivata anche Geely con un nuovo centro di design avanzato che va ad aggiungersi al suo già ampio network di centri di progettazione (intervista a Stefan Sielaff a pag. 27), mentre a Torino Changan raddoppia gli spazi e incrementa il personale del suo European Designing Center aperto dal 2006.

Anche aziende storiche, però, come l'americana General Motors, guardano all'Europa consapevoli dell'importanza di ampliare e rinnovare le proprie attività di design. Direttore del nuovo centro GM nel Regno Unito è il Julian Thomson (pag. 42), con una lunga esperienza come creativo per i più blasonati brand britannici. I vietnamiti dell'inedito marchio VinFast, intanto, proseguono la costruzione della loro gamma affidandosi all'esperienza delle design house torinesi (pag. 49). Buona lettura.

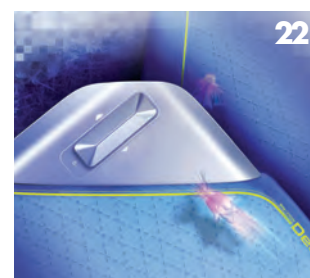
Silvia Baruffaldi, Editor

SHOP ONLINE & DISTRIBUTORS



Contents / Sommario

- | | | | |
|----|---|----|---|
| 2 | IT&Design
CES 2023 | 42 | Interview
Julian Thomson/General Motors |
| 8 | Cover story
Genesis X Trilogy | 44 | Concept car
Audi Activesphere Concept |
| 17 | Concept car
Toyota bZ SUV Concept | 49 | Design story
VinFast VF6 and VF7 |
| 22 | Concept car
BMW i Vision Dee | 58 | IT&Design
Antolin Vivar |
| 27 | Interview
Stefan Sielaff/Geely | 60 | Design story
Bertone GB110 |
| 30 | Design story
Volvo EX90 | 64 | Contest
SAIC Design Challenge |
| 36 | Concept car
Peugeot Inception | 68 | School
IED Torino |



TECHNOLOGY IN THE LIMELIGHT



Peugeot Inception, a concept car that anticipates the future of the brand through a series of unprecedented styling and tech proposals. The absolute novelty is the Hypersquare, the steer-by-wire steering wheel inspired by video games that allows you to control all functions with your fingertips, with simple clicks or presses.

Peugeot Inception, concept car che anticipa il futuro del marchio attraverso una serie di inedite proposte stilistiche e tech. L'assoluta novità è l'Hypersquare, il volante steer by wire ispirato ai videogiochi che consente di controllare tutte le funzioni con la punta delle dita, con semplici click o pressioni.

Mario Cianflone

CES, aka the Consumer Electronic Show, is back after the pandemic: the annual appointment in Las Vegas with the world of technology and the digital industry opened the year of hi-tech in January by once again proving to be less consumer and more automotive-oriented. In fact, CES is perhaps the last great motor show: a festival where the often distant and improbable future of cars and mobility offer a glimpse.

This year in Las Vegas there was less storytelling and more concreteness in the showcase. No flying cars and level 5 autonomous driving, two technologies that for the last ten years were always supposed to arrive in five years' time. A bit like nuclear fusion, which every year for the past 40 years is due to come in 30. Kidding aside, in the spotlight there were many televisions that have little to say (apart from the crazy 97-inch frameless and hyper-thin LG Signature Oled M3 Model), really nice though perhaps useless robot dogs (never say never) and a myriad of products far removed from





On the page the (still unnamed) sedan of Afeela, the new brand launched at CES in Las Vegas by Sony and Honda. The prototype, which previews a production version to debut in spring 2026, is 100% electric and embraces a minimalist design in favour of aerodynamics.

Nella pagina la berlina (ancora senza nome) di Afeela, il nuovo brand lanciato al CES di Las Vegas da Sony e Honda. Il prototipo, che anticipa una versione di serie al debutto nella primavera del 2026, è 100% elettrico e sposa un design minimalista, a favore di aerodinamica.

classic audio-video and devoted to health, fitness and the medical world. Boredom abounds on the front of laptops, another product category that now excites very little (the star was the 13th generation Intel core), on a par with smartphones that seem to have since long lost the drive for innovation (and this is perhaps natural). And this can also be seen in these weeks with the launch of the new Samsung Galaxy S23 series, Xiaomi 13 and the new foldable Oppo Find N2 Flip. On the foldable and sliding displays (we are talking about components) Samsung's Flex stands out.

The most interesting innovations at CES 2023 were seen in the automotive sector, ranging from Sony Honda's Afeela to Volkswagen's ID.7, but the star of the Nevada show was the i Vision Dee concept car, with which BMW gave a glimpse of a number of trends: the evolution of user interfaces, with new ways of interaction between human and machine and, not least, the style of the next generation of Bavarian cars, obviously electric cars that, under the name Neue Klasse, will see the light of day starting from 2025. Beyond the digitally colour-changing livery with guaranteed dramatic effect and the voice interaction - where the car becomes a companion, a sort of mega tamagotchi on wheels - the Dee introduces a Copernican revolution in the digital car: the elimination of the LCD screens that now dominate the dashboards. In fact, BMW relaunches the head up display, but extends it to take over the entire windscreen in width, and even in height, with a mix of augmented reality and metaverse.

On the subject of user interfaces and cockpits, Peugeot's Inception concept is certainly interesting (incidentally, the presence of the Lion brand at the US show indicates an unprecedented hi-tech positioning). The car brings to debut a new concept of steering



At 4.9 metres long, the car has a four-wheel drive and large 21-inch wheel rims, which are almost completely closed to better glide through the air, while the interior features four full-width displays.

Lunga 4,9 metri la vettura ha trazione integrale e grandi cerchi da 21 pollici, quasi completamente chiusi per scivolare meglio nell'aria, mentre gli interni sono caratterizzati da quattro display uniti in unico elemento a tutta larghezza.



On the left, the BMW i Vision Dee, a concept car providing a glimpse of a new styling season for the German premium brand, oriented towards essentiality and minimalism. The traditional BMW design elements, such as the double kidney grille, make use of digital panels. Below, still camouflaged, the Volkswagen ID.7, a three-box sedan by the German car maker, due for its debut at the end of the year.

A sinistra, la BMW i Vision Dee, concept car che anticipa una nuova stagione stilistica per il marchio premium tedesco, orientata a essenzialità e minimalismo. Gli elementi di design tradizionali BMW, come la griglia a doppio rene, sfruttano pannelli digitali. Sotto, ancora camuffata, la Volkswagen ID.7, berlina elettrica a tre volumi del costruttore tedesco, al debutto entro fine anno.

Although not showcased at CES 2023, Samsung S3 and Oppo Find N2 Flip (below) represent a strong innovation for both brands in the domain of foldable smartphones which are becoming increasingly more common.

Sebbene non siano stati presentati al CES 2023, Samsung S3 e Oppo Find N2 Flip (sotto) rappresentano un punto forte di innovazione per entrambi i brand nel campo degli smartphone con gli schermi pieghevoli, sempre più diffusi.



wheel and relationship with digital controls. It is called Hypersquare and, as the name suggests, instead of being round it is a rectangle with curved corners and electronic controls. No levers and light switches. Peugeot thus re-invents "satellites" and boots them into a 4.0 version, bringing them from the 1980s into the age of artificial intelligence and autonomous driving. With a touch of the finger, all driving parameters are controlled and steer-by-wire technology makes driving more instinctive, like in a video game. The Hypersquare with digital controls consists of a screen with recesses at the four corners with different functions and pictograms of the various functions. In short, it could become the new i-Cockpit and actually hints at the basis of what will be the STLA SmartCockpit that Stellantis is studying together with Taiwan's Foxconn.

New stimuli also came from Holon with the Level 4 autonomous driving electric mover-minibus, designed with Pininfarina and by

component manufacturers. Here Continental played a leading role. Indeed, the German company focused at CES on the emerging digital car trend of the coming years: the Software Defined Vehicle concept, i.e. the vehicle whose functions are defined by its unique, multi-role software. Aiming at a car with a truly single operating system, and far from becoming a smartphone on wheels, there is a need for a rationalisation of the hardware architecture to move from an approach based on a plethora of control units (unreasonable given also of the chip shortage) to one where the car has a motherboard as if it were a computer and inside it an all-powerful chip. The so-called System on Chip (SoC), the microprocessor with macro capabilities that we have been seeing at work in smartphones for years. It is no coincidence that Qualcomm has entered the industry to bring its Automotive Platform architecture with the Snapdragon Flex Ride Soc. ■■■



With Synthesis, Chrysler demonstrates the brand's new styling philosophy called "Harmony in Motion". The concept combines the STLA Smart Cockpit, STLA Brain and STLA AutoDrive technologies integrated within a modern and premium design with intuitive and advanced functionalities.

Con Synthesis, Chrysler mostra la nuova filosofia stilistica del brand chiamata "Harmony in Motion". Il concept integra le tecnologie STLA Smart Cockpit, STLA Brain e STLA AutoDrive unite a un design moderno e premium con funzionalità intuitive e avanzate.

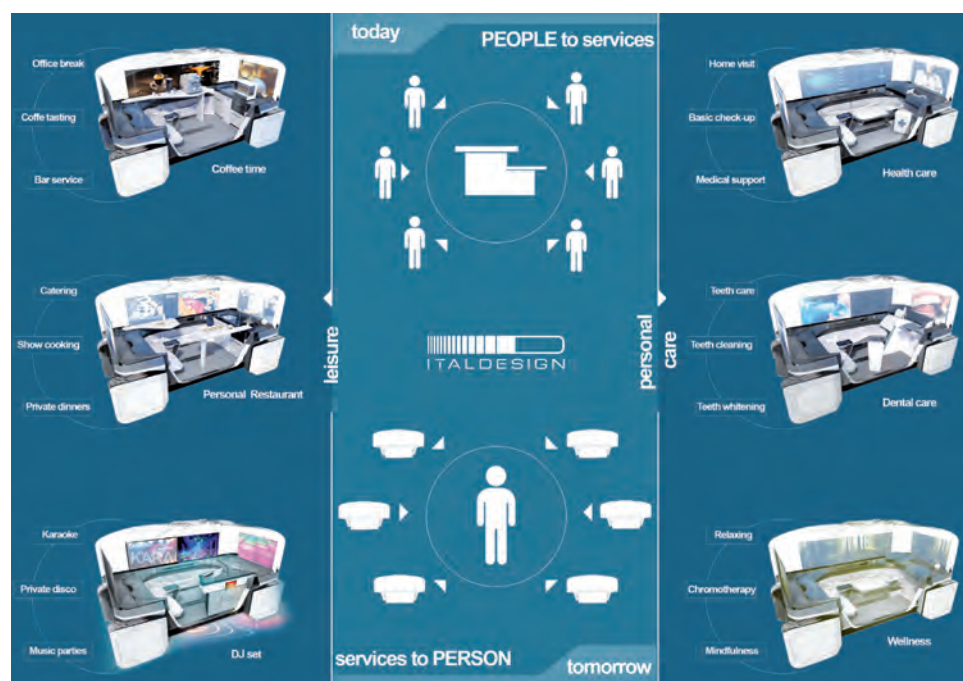
TECNOLOGIA SOTTO I RIFLETTORI

Ritorna dopo la pandemia il CES, alias Consumer Electronic Show, l'appuntamento annuale a Las Vegas con il mondo della tecnologia e dell'industria digitale che a gennaio ha aperto l'anno dell'hi-tech dimostrandosi ancora una volta meno consumer e più votato all'automotive. Di fatto, il CES è forse l'ultimo grande salone dell'automobile: una kermesse dove si intravede il futuro, anche se spesso lontano ed improbabile, dell'auto e della mobilità.

Quest'anno a Las Vegas in vetrina c'era meno storytelling e più concretezza. Niente auto volanti e guida autonoma di livello 5, due tecnologie che da dieci anni a questa parte sarebbero dovute arrivare sempre tra cinque. Un po' come la fusione nucleare che ogni anno, da 40 anni a questa parte, deve arrivare tra 30. Battute a parte, sotto i riflettori tanti televisori che ormai hanno poco da dire (a parte il pazzesco LG Signature Oled Model M3, 97 pollici senza cornice e ipersottile), cani robot davvero belli benché forse inutili (mai dire mai) e una miriade di prodotti lontani dal classico audio video e votati alla salute, al fitness e al mondo medicale. Molta noia sul fronte dei pc portatili, altra categoria di prodotti che ormai emoziona poco (la star era la 13esima generazione di Intel core), al pari degli smartphone che da tempo sembrano avere perso (ed è naturale) la spinta all'innovazione. E questo si nota anche in queste settimane con il lancio della nuova serie Samsung Galaxy S23, Xiaomi 13 e dei nuovi pieghevoli Oppo Find N2 Flip. Nei display pieghevoli e scorrevoli (parliamo di componenti) spiccano i Flex di Samsung.

Le novità più interessanti al CES 2023 si sono viste nell'automotive e si va dalla Afeela di Sony Honda alla Volkswagen ID.7, ma la protagonista della kermesse del Nevada è stata la concept car i Vision Dee, con cui BMW ha





fatto intravedere una serie di trend: l'evoluzione delle interfacce utente, con nuovi modi di interazione tra umano e macchina e, non da poco, lo stile della prossima generazione di auto bavaresi, ovviamente elettriche che, sotto il nome di Neue Klasse, vedranno la luce a partire dal 2025. Al di là della livrea che cambia digitalmente colore con effetto scenografico garantito e dell'interazione vocale - dove l'auto diventa un companion, una sorta di mega tamagotchi su ruote - la Dee introduce una rivoluzione copernicana nell'auto digitale: l'eliminazione degli schermi Lcd che ora dominano le plance. BMW rilancia infatti l'head up display, ma lo estende fino a conquistare l'intero parabrezza in larghezza, e persino in altezza, con un mix di realtà aumentata e metaverso.

In tema di interfacce utente e cockpit è certamente interessante il concept Inception di Peugeot (tra l'altro la presenza del brand del Leone alla fiera Usa indica un posizionamento hi-tech inedito). La vettura porta al debutto un nuovo concetto di volante e di relazione con i comandi digitali. Si chiama Hypersquare e, come la denominazione lascia intendere, anziché rotondo è un rettangolo con angoli curvi e comandi elettronici. Niente leve e devioluci. Peugeot re-inventa così i "satelliti" e li fa diventare 4.0, portandoli dagli Anni 80 nell'era dell'intelligenza artificiale e della guida autonoma. Con un tocco delle dita, si controllano tutti i parametri di guida e la tecnologia steer-by-wire rende la guida più istintiva, come in un videogioco. L'Hypersquare con comandi digitali si compone di uno schermo dotato, ai quattro angoli, di incavi con diverse funzioni e pittogrammi delle varie funzioni. Insomma, potrebbe diventare il nuovo i-Cockpit e in realtà lascia intravedere le basi di quello che sarà STLA SmartCockpit che Stellantis sta studiando insieme alla taiwanese Foxconn.

Stimoli sono arrivati anche da Holon con il mover-minibus elettrico a guida autonoma di

Italdesign Climb-E is a self-driving mover capable of integrating into next-generation civil and residential structures. The vehicle can transport users or objects around the city, while the capsule can become part of the residential quarters by climbing up to the apartment floors.

Italdesign Climb-E è un mover autonomo capace di integrarsi in strutture civili e residenziali di nuova generazione. Il veicolo può trasportare utenti o oggetti in giro per la città, mentre la capsula può diventare parte delle abitazioni arrampicandosi fino al piano degli appartamenti.



Trumore is the new digital platform of the Turkish brand Togg, which also announced a new sales strategy for models at CES in Las Vegas. The C-segment SUV will be launched in Europe by the end of 2024.

Trumore è la nuova piattaforma digitale del marchio turco Togg che al CES di Las Vegas ha annunciato anche una strategia di vendita inedita per i modelli. Il Suv di segmento C sarà lanciato in Europa entro la fine del 2024.

Holon, a Benteler Group brand, showcased its self-driving and electric mover. Designed by Pininfarina, the vehicle (maximum speed of 60 km/h and range of 290 km) is built to automotive standards in terms of safety, driving comfort and production quality.

Holon, marchio di Benteler Group, ha presentato il suo mover autonomo ed elettrico. Disegnato da Pininfarina, il veicolo (velocità massima di 60 km/h e autonomia di 290 chilometri) è costruito secondo gli standard automobilistici in termini di sicurezza, comfort di guida e qualità di produzione.



Continental is integrating "CV3" SoC sensors with artificial intelligence from the semiconductor company Ambarella into its Adas systems. The aim is to offer the market scalable solutions that meet individual assisted driving needs.

Continental sta integrando i sensori "CV3" SoC con l'intelligenza artificiale della società di semiconduttori Ambarella nei suoi sistemi Adas. L'obiettivo è offrire al mercato soluzioni scalabili che soddisfino le esigenze individuali di guida assistita.



livello 4, progettato con Pininfarina e da produttori di componenti. Qui Continental ha giocato un ruolo di primo piano. L'azienda tedesca, infatti, al CES si è concentrata sul trend emergente dell'auto digitale dei prossimi anni: il concetto di Software Defined Vehicle, cioè il veicolo le cui funzioni sono definite dal suo software unico e multiruolo. Per arrivare ad avere una vettura con un vero sistema operativo unico, e lungi dal diventare uno smartphone su ruote, c'è bisogno di una razionalizzazione dell'architettura hardware per passare da un approccio basato su una pletora di centraline (irragionevole alla luce anche del chip shortage) a uno dove la vettura ha una scheda madre come se fosse un computer e al suo interno un chip onnipotente. Il cosiddetto System on Chip (SoC), il microprocessore con macro capacità che da anni vediamo all'opera negli smartphone. Non a caso Qualcomm è entrata nel settore proprio per portare la sua architettura Automotive Platform con il soc Snapdragon Flex Ride. ■■■

KOREAN LUXURY



Silvia Baruffaldi

"Six years after the Genesis brand was made autonomous, we have six models on the road, at least six more will debut from 2025 as part of the new electric car portfolio, and we are boosting capacity because demand is outstripping production. Success beyond our wildest dreams". Luc Donckerwolke has other reasons to be pleased too. He has recently been promoted to President, a position that comes on top of his role as Chief Creative Officer of the Hyundai Motor Group, which sees him heading up design at Hyundai, Kia and of course

Genesis, where he has just completed the trilogy of electric concept cars created to mark the brand's new formal identity.

Donckerwolke joined the Korean group in 2016. At that time Genesis was limited to Hyundai premium saloons for the domestic market and the US, and it was being spun off as a standalone brand. "Our first step was to define the new Athletic Elegance design philosophy so as to distinguish Genesis clearly from Hyundai's Fluidic Sculpture", explained Donckerwolke. "We knew we had to broaden the SUV range to make the Genesis brand,

which up to then had only been associated with business limousines and value for money, more profitable and also more emotive". Hence the two intriguing concept cars, Essentia and Mint (unveiled in New York in 2018 and 2019). "Through those projects we started to move forward with a specific plan to communicate brand DNA in a more emotional way, but maybe it was too early because they didn't reflect the reality of the products we were selling. In my opinion that moment has now arrived".

The moment is represented by the Trilogy, inaugurated by the

Genesis X Concept in 2021 and completed last year with the X Speedium Coupe Concept and the X Convertible. "We have vehicles in the range that express the Athletic concept, with the sportiness of our SUVs and saloons, and Elegance with the brand's flagship G90 and the G80. We can look beyond the current portfolio. Hence the X Concept coupé, the appreciation for which was so overwhelming that we decided to go ahead with it. The X Speedium Coupe was the result of a very short process. I did a quick sketch and said to SangYup Lee (Design Executive Vice President Hyundai,



Luc Donckerwolke, Chief Creative Officer of Hyundai Motor Group and President since November, explains that the three Trilogy X concepts "communicate Genesis DNA through the Athletic Elegance design philosophy, with types of cars that we don't yet have in our portfolio".

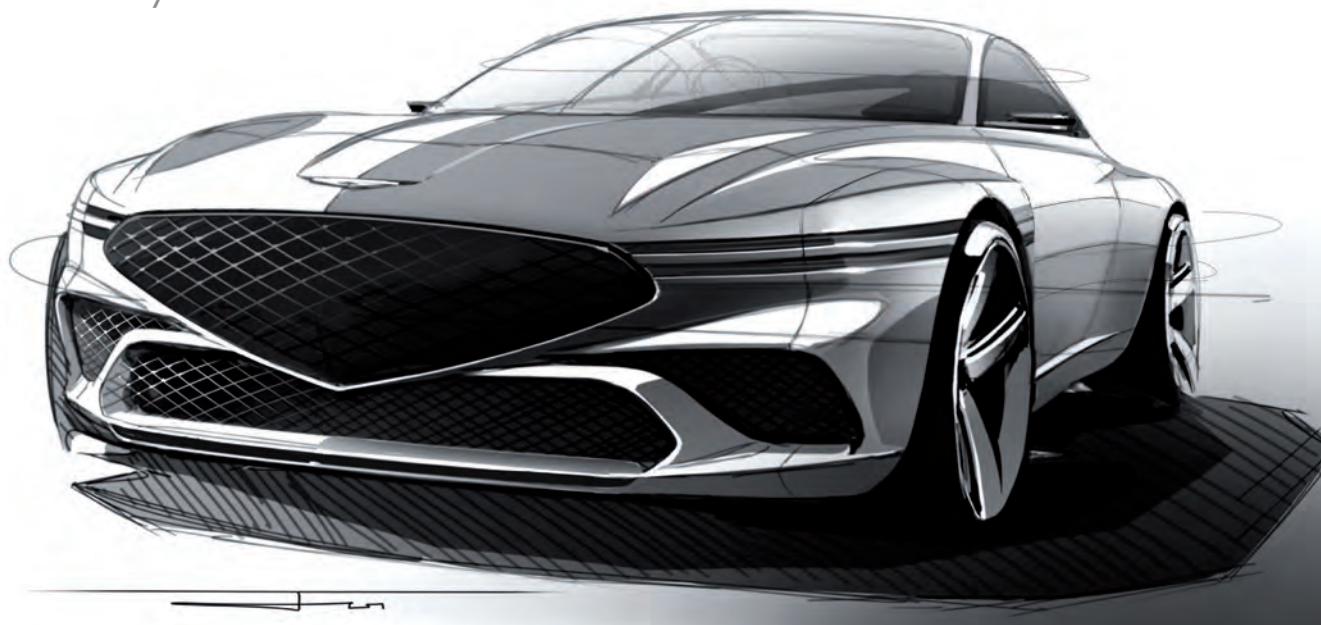
Luc Donckerwolke, Chief Creative Officer di Hyundai Motor Group nonché President dal novembre scorso, spiega che le tre concept della Trilogia X «materializzano il Dna Genesis, per comunicare la filosofia di design Athletic Elegance con tipologie di vetture che non abbiamo ancora nel nostro portfolio».

everyone in the team knows that, I don't like it when it takes too long to do something, otherwise new ideas get in the way". And it was from a suggestion by Jaehoon Chang, President and CEO of Hyundai Motor Company, that the X Convertible Concept was born. "We were in New York, where the X Speedium Coupe had just been unveiled, and he asked me: "could you imagine it as a convertible?". We got to work immediately. The clientele in Korea was predominantly male, managers driving leased cars. So we started to break away from this profile, for example with the GV70, whose design and dimensions also appealed to a female clientele, but we still had to go further. That is why we did the convertible, to expand the brand's audience".

Ed.) 'let's make it a shooting brake'. The team was so fast that by my next visit the styling model was ready, in the afternoon we did the tape session and actually arrived at the design freeze in no time at all. So, a design process of just a couple of weeks. The interior was an application of the Genesis X Concept".

The Trilogy models resemble each other in the speed they were made with. "We are able to move so fast because our CEO and top management believe in design and make things possible even where processes are complex. In some companies, just to approve a design takes longer than we spend developing it", Donckerwolke observes. And he adds with a smile: "I'm spoiled... patience is not one of my virtues,

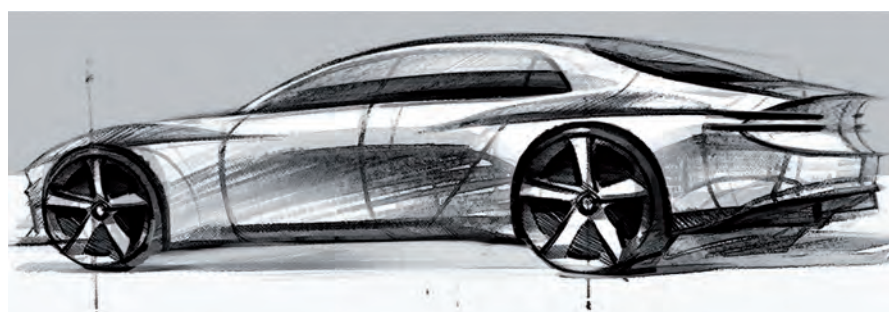




With its GT coupé proportions, the Concept X expresses Genesis Athletic Elegance philosophy through dynamic but always expertly proportioned forms, with refined touches such as the Parabolic Line that runs along the side and enhances the wings without being over-muscular.

Con proporzioni da coupé granturismo, la Concept X esprime la filosofia Athletic Elegance di Genesis attraverso forme dinamiche ma sempre sapientemente misurate, con tocchi raffinati come la Parabolic Line che corre lungo la fiancata esaltando i parafranghi senza sconfinare in esibizioni muscolari.

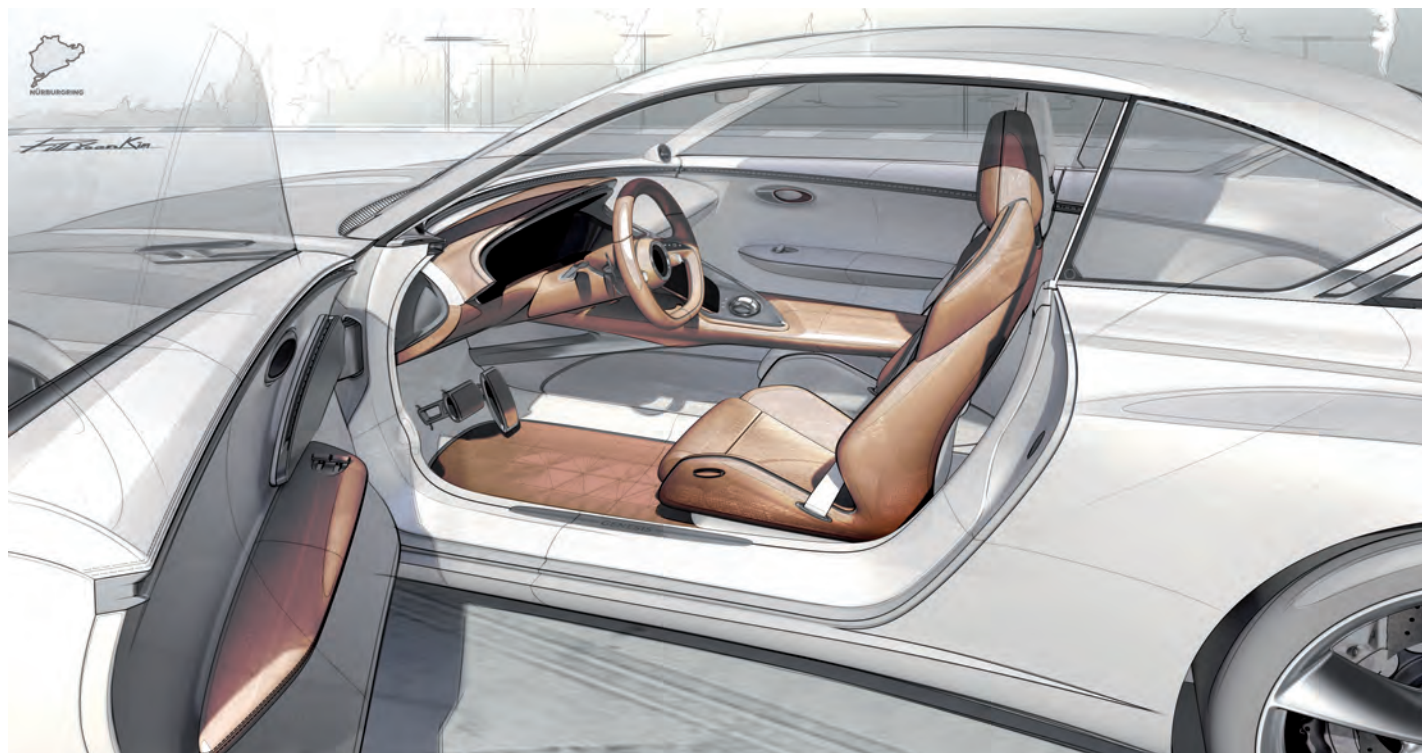
The Trilogy also reflects the three pillars of Genesis design that Donckerwolke has been committed to building since his arrival in 2016: the design team (which now numbers around 90 people spread across the three studios in Namyang in Korea, Irvine in California and Offenbach in Germany); the digital processes (DDD, or data-driven-design); and the brand's design DNA. "We needed a distinctive face: hence the Crest Grille generated by the central logo with its two extended wings, each defined by a double line, giving rise to the Quad Lights, which we also started to incorporate at the rear. From the beginning we chose to be very consistent in our design, as is only fitting for a premium brand. The Two Lines thus became our signature motif, a bit like the three stripes for Adidas or the Nike 'swoosh'. We also picked it up on the inside, both in the two-layer layout and in details such as the air vents. In the interior, we applied 'The Beauty of White Space' principle: let the individual elements breathe, do not create competition between them".



The front and rear views highlight the signature Two Lines feature expressed by the treatment of the light clusters, which continue laterally through the wheelarches (in the drawings above).

Le viste di fronte e posteriore evidenziano il tratto identitario delle Two Lines espresso dal trattamento dei gruppi ottici, che proseguono anche lateralmente attraversando gli archi dei passaruota (nei disegni sopra).





The Two Lines theme is also taken up in the interior in the slender indirect ventilation slit surrounding the passengers. Marking the cockpit is a dashboard that appears to float and follows the Beauty of White Space principle, which brings essential elements into harmony.

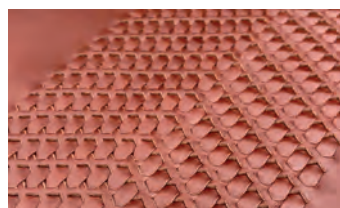
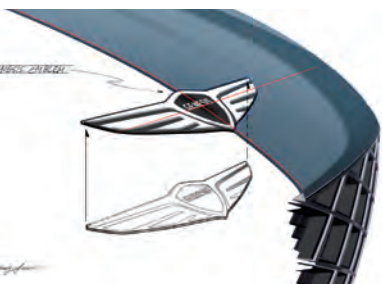
Il tema delle Two Lines è ripreso con coerenza anche all'interno, evidente nella sottile feritoia di ventilazione indiretta che circonda i passeggeri. L'abitacolo è connotato da una plancia che appare flottante e segue il principio The Beauty of White Space, che pone in armonia gli elementi essenziali.

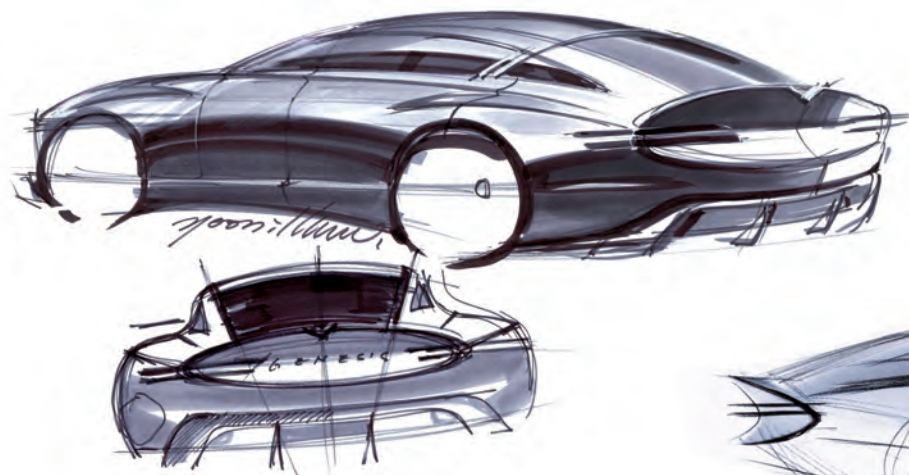
The architecture of Genesis vehicles is also distinctive. Big wheels, a short front overhang and a longer rear to generate dynamism, a large dash-to-axle distance and a very neat roof profile. "In the 1980s, Italian masters like Giugiaro and Bertone started using the very dynamic wedge shape, but many brands then took this approach to extremes. I think it is time to go back to something more classic and elegant. For me, a Riva speedboat on a lake is elegance personified, as are certain historic Aston Martins and Jaguars, or an Alfa Romeo Duetto". Because everything always starts with the proportions, which must be majestic, the design elements are



A study of the Crest Grille, the parametrically textured grille generated around the logo. Below: Genesis' sustainable luxury is also based on materials, such as the woven leather that salvages leather working waste in an upcycling process.

Uno studio della Crest Grille. Sotto: il lusso sostenibile di Genesis si basa anche sui materiali, come il cuoio intrecciato che recupera gli scarti della lavorazione del pellame in un processo di upcycling.

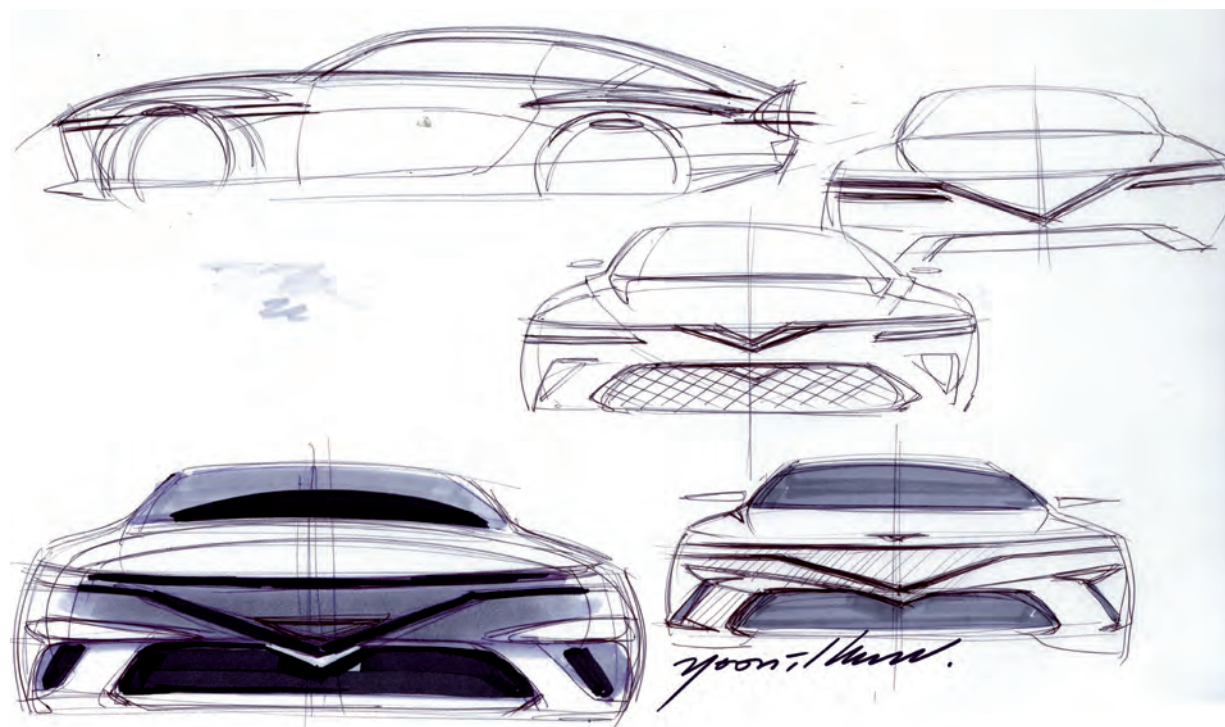
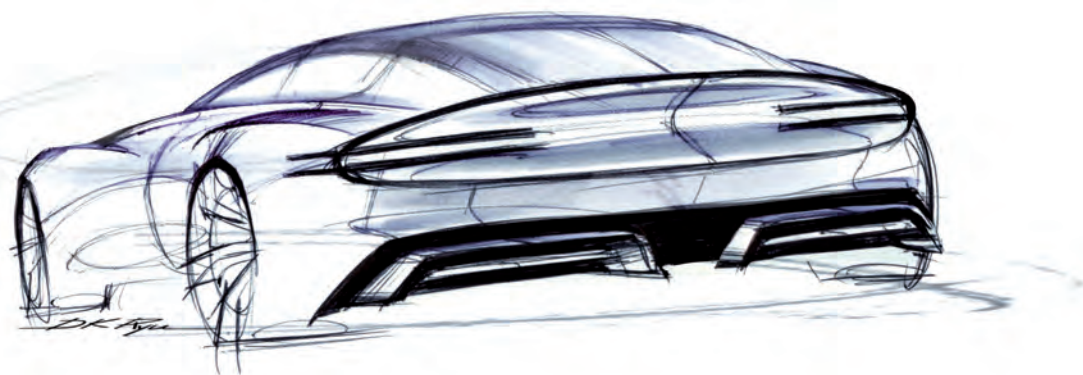
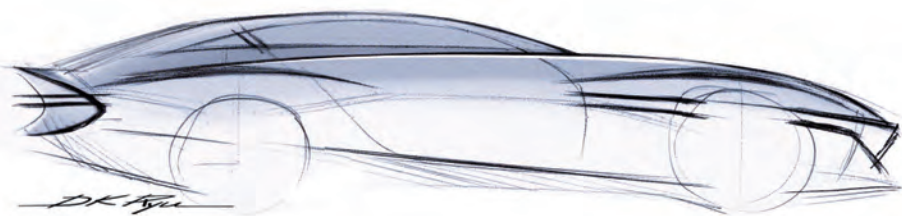




The X Speedium Coupe is a further step forward in the future design of Genesis EVs, while incorporating all the styling cues of the brand's DNA. At the front, the Two Lines lighting signature evolves into a single full-width element that includes the Crest Grille.

La X Speedium Coupe compie un ulteriore passo nel futuro design delle vetture elettriche Genesis, mentre incorpora tutti gli stilemi del Dna del marchio. Sul frontale, la firma luminosa delle Two Lines si evolve in un unico elemento a tutta ampiezza che include la Crest Grille.

added later, and not many of them, recommends Luc Donckerwolke, who also has a word for his mentors from his time at Audi in the 1990s: Hartmut Warkuss and his right-hand man Gerhard Pfefferle. "I am happy to apply what I learnt from those two great gentlemen in a design that I want to be elegant, timeless, puristic, but always emotional. That is the challenge that we decided to take on with Sangyup Lee and Genesis head of design Ilhun Yoon." ■■■



The silhouette explores the shooting brake theme, a classic type that the X Speedium Coupé interprets elegantly and dynamically, rejecting the wedge shape in favour of taut, sculptured lines, like the Parabolic Line on the side. The elliptical tail section combines concave and convex surfaces broken up by the V-shaped mark of the stop light, in a contrast typical of the Genesis approach.

La silhouette esplora il tema della shooting brake, tipologia classica che la X Speedium Coupé interpreta con eleganza e dinamismo, rifiutando la forma a cuneo in favore di linee tese e scultoree, come la Parabolic Line laterale. La coda a sezione ellittica abbina superfici concave e convesse spezzate dal segno a V della luce di stop, in un contrasto tipico del approccio Genesis.

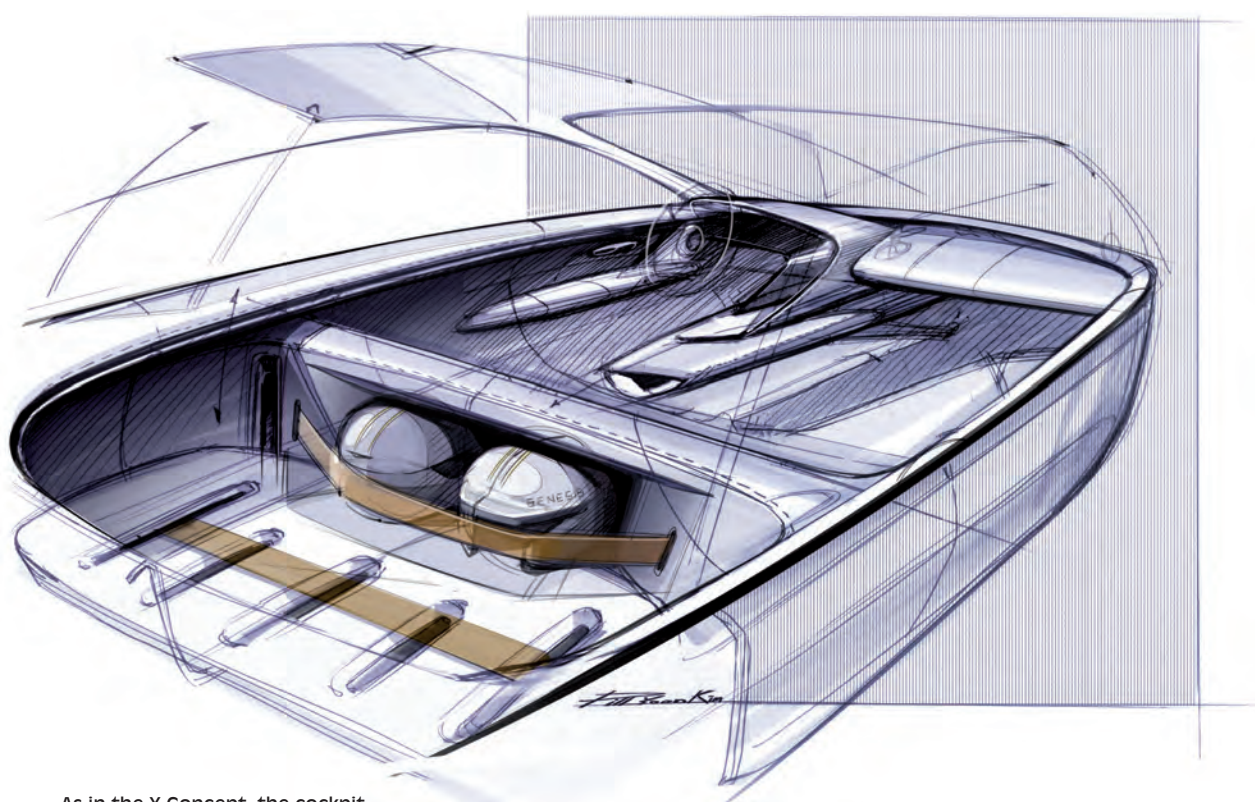
LUSSO COREANO

«**S**ette anni dopo aver reso Genesis un marchio autonomo, abbiamo su strada sei modelli, e almeno altri sei debutteranno dal 2025 per il nuovo portfolio di vetture elettriche e stiamo espandendo la capacità perché le richieste superano la produzione. Non avevamo immaginato così tanto successo». Luc Donckerwolke ha più di un motivo per essere soddisfatto, non ultima la sua recente promozione a Presidente, carica che va ad aggiungersi al ruolo di Chief Creative Officer di Hyundai Motor Group che lo vede a capo del design Hyundai, Kia e naturalmente Genesis, dove ha appena completato la Trilogia di concept car elettriche create per connotare la nuova identità formale del marchio.

L'arrivo di Donckerwolke al gruppo coreano, nel 2016, si intreccia proprio con l'elevazione a brand autonomo di Genesis, limitato all'epoca alle berline premium Hyundai destinate al mercato interno e agli Stati Uniti. «Come prima cosa, abbiamo definito la nuova filosofia di design Athletic Elegance per distinguere chiaramente Genesis dalla Fluidic

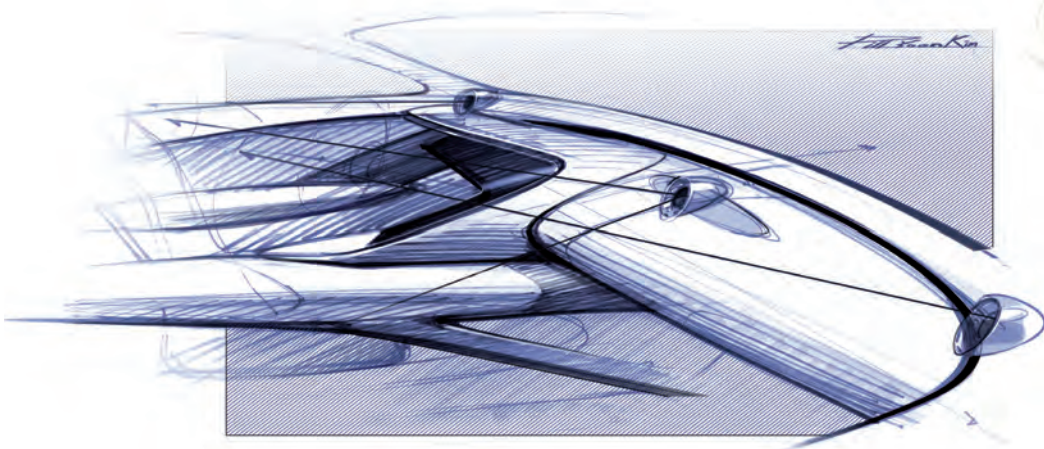
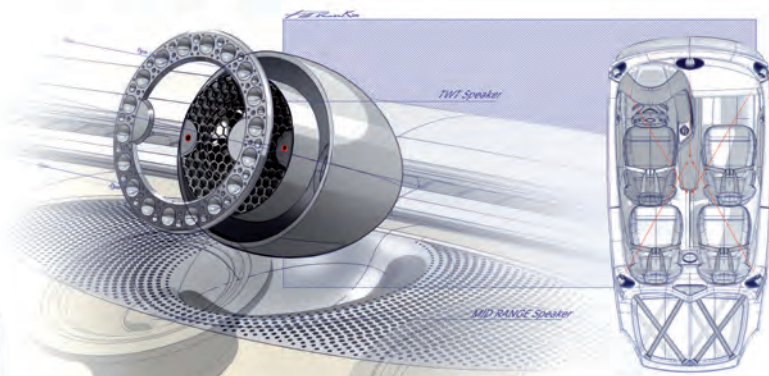
Sculpture di Hyundai», spiega Donckerwolke. «Sapevamo che era necessario espandere la gamma dei Suv per rendere più profittevole, e anche più emozionale, il marchio Genesis, sino ad allora associato solo alle limousine business e al rapporto qualità-prezzo». Nascono così due affascinanti concept car, Essentia e Mint (svelate a New York nel 2018 e 2019). «Con quei progetti abbiamo iniziato a generare un piano preciso per comunicare il Dna del marchio in modo più emozionale, ma forse era troppo presto perché non riflettevano la realtà dei prodotti che stavamo vendendo. Ora secondo me è il momento».

Il momento è rappresentato dalla Trilogia inaugurata dalla Genesis X Concept nel 2021 e completata lo scorso anno dalla X Speedium Coupe Concept e la X Convertible. «Abbiamo in gamma vetture che esprimono l'Athletic, con la sportività dei nostri Suv e berline, e l'Elegance con l'ammiraglia del brand G90 e con la G80. Possiamo guardare oltre l'attuale portfolio. Per questo è nato il coupé X Concept e l'apprezzamento è stato così travolgente che abbiamo deciso di proseguire. La X Speedium Coupé deriva da un processo molto breve, ho abbozzato un disegno e ho detto a Sangyup Lee (Design Executive Vice President Hyundai, N.d.R.)



As in the X Concept, the cockpit features an asymmetrical driver-oriented dashboard layout. Genesis also experiments with a new on-board audio experience: on the right, a study of one of the five speakers strewn strategically across the cabin.

Come già nella X Concept, l'abitacolo propone un layout asimmetrico della plancia orientata verso il guidatore. Genesis sperimenta anche una nuova esperienza audio a bordo: a destra, lo studio di uno dei cinque speaker integrati strategicamente nell'abitacolo.



Below, some moments in the development of the model, the choice of colours and materials with Genesis CMF Design manager Andrea Jensen and the appraisal of the final prototype by Luc Donckerwolke, Sangyup Lee (Genesis Global Head of Design) and the team. Below right, in the foreground, detail of the chrome moulding that rises from the beltline to the pillar, echoing the Two Lines theme.

In basso, alcuni momenti della realizzazione del modello, la scelta dei colori e materiali con la responsabile di Genesis CMF Design Andrea Jensen e la valutazione del prototipo finale da parte di Luc Donckerwolke, Sangyup Lee (Genesis Global Head of Design) e il team. Qui sotto a destra, in primo piano, il dettaglio della modanatura cromata che dalla linea di cintura risale verso il montante riprendendo il tema delle Two Lines.





“facciamone una shooting brake”. Il team è stato così rapido che alla mia visita seguente avevano già il modello di stile fresato, nel pomeriggio abbiamo eseguito la sessione di tape e di fatto siamo giunti al design freeze in tempo zero. Quindi un processo di design di un paio di settimane appena, e poi l'interno è stata un'applicazione della Genesis X Concept».

I modelli della Trilogia condividono la rapidità con cui sono stati



The car's emerald coloured 'Inje Green' is inspired by the mountainous landscape of the region where one of Korea's best-known racing circuits is located with the idea of underlining its sporty spirit. Below: group photo of the design team with the first two cars of the Trilogy, X Concept and X Speedium Coupé Concept.

Il verde smeraldo della vettura, "Inje Green", è ispirato al paesaggio montano della regione in cui ha sede uno dei più noti circuiti da corsa della Corea, a rimarcare lo spirito sportivo. Sotto: foto di gruppo del team di design con le prime due vetture della Trilogia, X Concept e X Speedium Coupé Concept.

realizzati. «Possiamo andare così veloci grazie alla fiducia del nostro CEO e dei vertici aziendali, credono nel design e rendono le cose possibili anche nell'ambito di processi complessi. In alcune aziende la sola approvazione di un progetto richiede più tempo di quanto ne impieghiamo noi per realizzarlo», osserva Donckerwolke. E aggiunge sorridendo: «Sono viziato... non ho pazienza, lo sanno tutti nel team, non mi piace quando ci vuole troppo tempo per fare una cosa, altrimenti sopravvengono nuove idee». Ed è proprio da un suggerimento di Jaehoon Chang, Presidente e CEO di Hyundai Motor Company, che è nata la X Convertible Concept. «Eravamo a New York dove era stata appena presentata la X Speedium Coupe e mi ha chiesto: "te la immagineresti





The Genesis brand needed to move further and further away from the business limousine image. The Trilogy X explores car types not yet present in the range, in particular with this cabriolet version, addressing a much more diversified public.

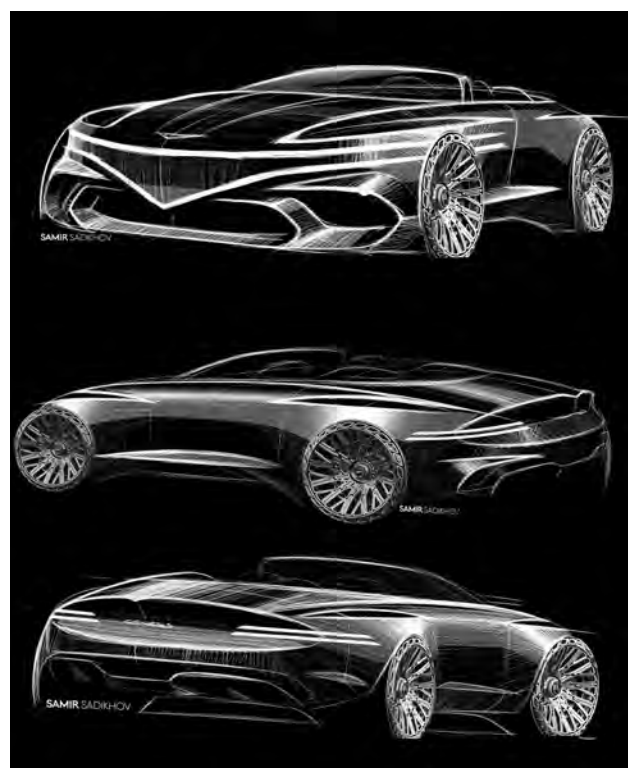
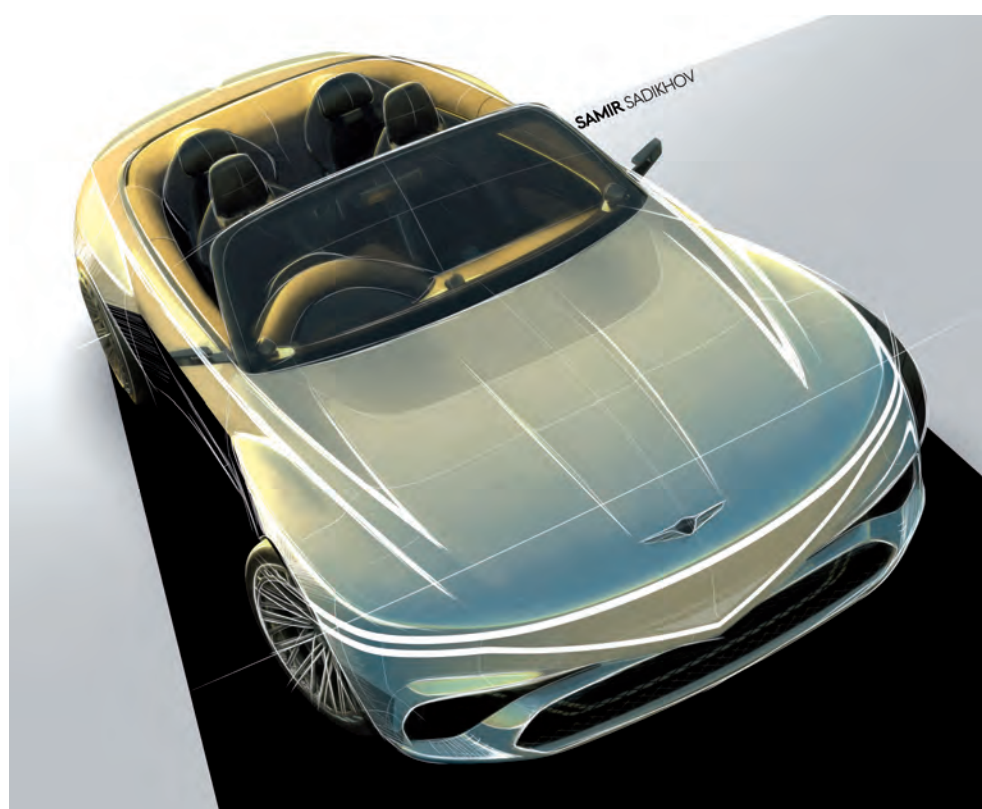
Il marchio Genesis doveva staccarsi sempre di più dall'immagine di business limousine. La Trilogy X esplora tipologie di vetture non ancor presenti nella gamma, in particolare con questa versione cabriolet, rivolgendosi a un pubblico molto più differenziato.

convertibile?”. Ci siamo messi al lavoro immediatamente. La clientela in Corea era in prevalenza maschile, manager con vetture in leasing aziendale. Abbiamo quindi iniziato a staccarci da questo profilo, per esempio con la GV70, che per design e dimensioni si rivolge anche a un'utenza femminile, ma dovevamo andare ancora oltre. Ecco perché abbiamo fatto la decapottabile, per espandere l'audience del brand».

La Trilogia è inoltre l'espressione dei tre pilastri del design Genesis che Donckerwolke si è impegnato a costruire dal suo arrivo nel 2016: il design team (che conta oggi circa 90 persone suddivise nei tre studi di Namyang in Corea, Irvine in California e Offenbach in

The X Convertible ducktail (above, a definition drawing), displays a signature trait of the brand's DNA: the oval-shaped concave ducktail intersected by the Two Lines of the light clusters. It features a retractable hard top.

Lo specchio di coda della X Convertible, (sopra, un disegno di definizione), mostra un tratto caratteristico del Dna del marchio: l'ovale dello specchio di coda concavo intersecato dalle Two Lines dei gruppi ottici. È dotata di hard top a scomparsa.





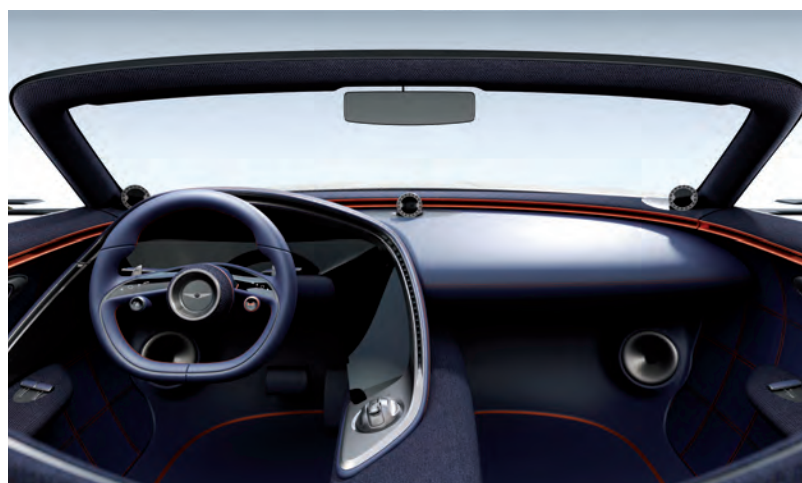
Germania); i processi digitali (DDD, ovvero data-driven-design) e il Dna del design del marchio. «Ci voleva un volto distintivo: la Crest Grille generata dal logo centrale, che si estende con due ali, ciascuna definita da una doppia linea, dando origine alle Quad Lights che abbiamo iniziato ad inserire anche posteriormente. Sin dall'inizio abbiamo scelto di essere molto omogenei nel design, come deve essere per un brand premium. Le Two Lines sono diventate così il nostro motivo identitario, un po' come le tre strisce per Adidas o lo "swoosh" Nike. Lo abbiamo ripreso anche all'interno, sia nell'impostazione a due strati, sia nei dettagli come le bocchette di ventilazione. Nell'abitacolo abbiamo applicato il principio "The Beauty of White Space": lasciar respirare i singoli elementi, non creare competizione tra loro».

Anche l'architettura dei veicoli Genesis è identitaria. Ruote grandi, sbalzo anteriore ridotto e posteriore più esteso per generare dinamismo, ampia distanza plancia-assale e un profilo del tetto molto curato. «Negli Anni 80 i maestri italiani come Giugiaro e Bertone hanno iniziato ad usare la forma a cuneo, molto dinamica, ma molti brand hanno poi portato questa impostazione all'estremo. Ritengo che fosse ora di tornare a qualcosa di più classico ed elegante. Per me un motoscafo Riva su un lago è il miglior esempio di eleganza, così come certe Aston Martin e Jaguar storiche, o un'Alfa



A long bonnet, short front overhang and generous wheelbase mark the architecture of the X Convertible. The silhouette, as basic as the interior, rejects the wedge shape in favour of a more classic, elegant line. For Luc Donkerwolke, Riva motorboats were a major inspiration for the Athletic Elegance of Genesis.

Cofano lungo, sbalzo anteriore corto e passo generoso distinguono l'architettura della X Convertible. La silhouette, essenziale come gli interni, rifiuta la forma a cuneo in favore di una linea più classica ed elegante. Per Luc Donkerwolke i motoscafi Riva sono una delle maggiori ispirazioni per l'Athletic Elegance di Genesis.



Romeo Duetto». Perché tutto parte sempre dalle proporzioni, che devono essere grandiose, gli elementi del disegno si aggiungono dopo, e pochi, raccomanda Luc Donkerwolke, che non dimentica di citare i suoi maestri di quando era all'Audi negli Anni 90: Hartmut Warkuss e il suo braccio destro Gerhard Pfefferle. «Sono felice di applicare ciò che ho appreso da quei due grandi gentleman in un design che voglio sia elegante, senza tempo, puro, ma sempre emozionale. Ecco la sfida che con Sangyup Lee e il capo del design Genesis Ilhun Yoon abbiamo deciso intraprendere». ■■■



FREEDOM OF EXPRESSION



Edoardo Nastri

While designing a new car may not be easy, creating a new brand and building an entire range can be even more complicated. A year on from the debut of the bZ4X - the first model of the bZ, Beyond Zero, brand dedicated by Toyota to its pure electrics - the bZ Compact Suv, a concept car that in 2024 will become a zero-emission production model for the main global markets, was unveiled. "To give it an international dimension, we chose an architecture that is rapidly gaining favour, the SUV coupe", says Lance Scott, Design Director of Toyota Europe Design Development (ED²), the Japanese manufacturer's style centre in the hills of Nice, France, where the exterior of the bZ Compact Suv was designed. "It's a new addition to the bZ range that will become more and more diversified and able to meet the needs

of a wide range of customers. We are certainly not talking about a mainstream car, but this sinuous architecture allows us to communicate bZ brand identities like sportiness and elegance", Scott continues, showing us the key sketch of the project, "from which you understand the car's dynamism right from the start".

Indeed, Scott points out, "we smoothed out some of the early edges to try and make the concept more faithful to the model that will reach the roads and not betray the public's expectations".

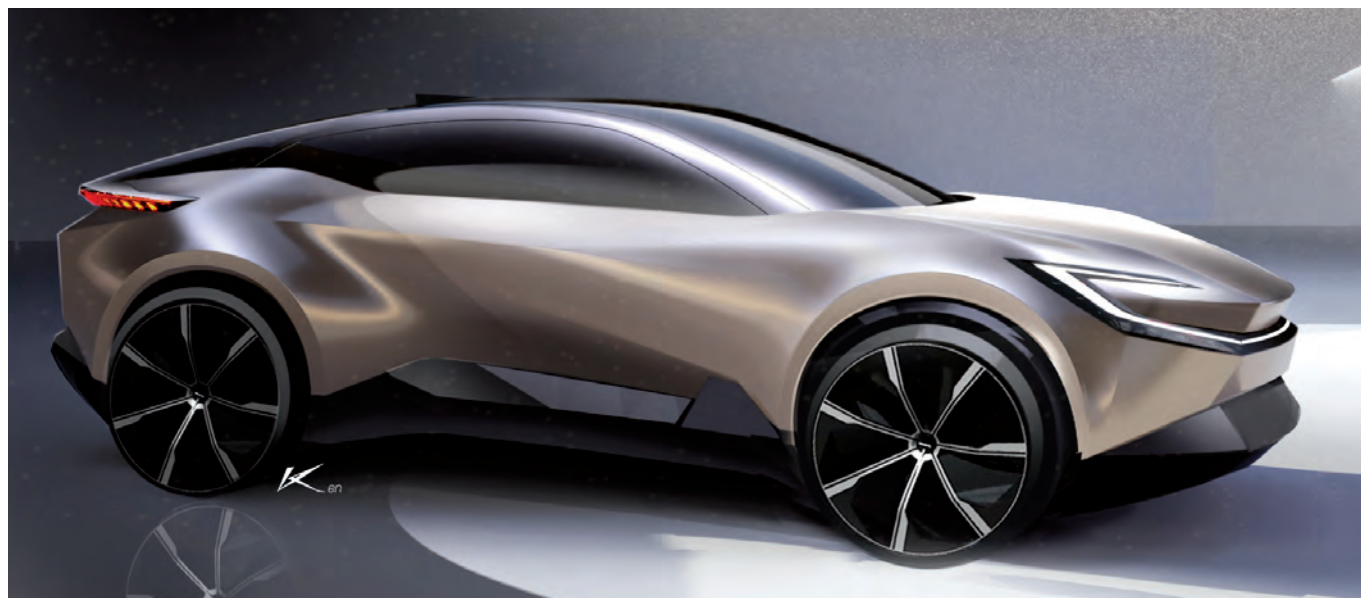
Ken Billes, Assistant Chief Designer at ED² and lead designer of the project, worked with his team to give a distinct personality

to the exterior design. "The bZ Compact Suv is proof that several different spirits can coexist in one brand. The bZ4x targets drivers looking for a large, all-rounder vehicle that is also perfect for everything the family needs to pack into it, but at the same time the bZ Compact Suv does not hide a trendy and particularly



The bZ Compact Suv is the second model to come from the Beyond Zero brand of Toyota EVs. The current concept, presented at the last Los Angeles Motor Show, will be followed by a production version in 2024 that will reportedly be very similar to the prototype.

La bZ Compact Suv è il secondo modello del marchio Beyond Zero, creato per firmare le Toyota elettriche. All'attuale concept, presentata all'ultimo Salone di Los Angeles, seguirà una versione di serie nel 2024 che, secondo quanto dichiarato, sarà molto simile al prototipo.



Left and below, the key sketch featuring taut lines and edges that point up the model's sporty personality. The exterior was designed at Toyota Europe Design Development (ED²) in Sophia Antipolis, France. Right, designers evaluating the exterior.

A sinistra e sotto, il key sketch del progetto, caratterizzato da linee tese e spigoli che pongono l'accento sulla personalità sportiva del modello. Gli esterni sono stati disegnati presso il Toyota Europe Design Development (ED²) di Sophia Antipolis, Francia. A destra, i designer durante una fase valutativa degli esterni.

dynamic spirit", explains Billes. Two different characters, united by some fundamental traits: "The core elements of the bZ brand's stylistic identity remain, but interpreted in a sporty key: the full-width headlamp compartment with hammerhead design, the almost completely closed front grille and great attention to aerodynamics as befits a 100% electric model", continues Billes.

At the rear, the bZ Compact Suv takes a path of its own, with its roofline dropping sharply down to the tail where it meets a slim headlamp that hugs the sides of the car and encircles the base of the rear window. Higher up is the spoiler and the shark fin antenna that houses brake light LEDs, while at the base of the wing is the centrally positioned vertical rear fog lamp, as on a Formula 1 car. Details that speak to how the ED² designers certainly didn't get bored designing this concept car.

As Billes says: "A car like this is every designer's dream because while respecting the constraints of size, platform and economies of scale we still found great freedom of expression: we wanted to make a model that was 'cool' and we succeeded. Speaking of proportions, at 4.5 metres in length, the



Left, the bZ Compact Suv with the Toyota C-HR Prologue, both were designed at ED².

A sinistra, la bZ Compact Suv con la Toyota C-HR Prologue, entrambe disegnate presso l'ED².

Below, from the left: Lance Scott (Design Director Toyota ED²); Koichi Matsumoto (Project Chief Designer); Ken Billes (Exterior design Assistant Chief Designer ED²); Julien Chanvillard (Creative Leader Digital Modelling); Yuka Kanazawa (Interior design, Assistant Chief Designer).





bZ Compact Suv fits perfectly into segment C and is, not surprisingly, more compact than a bZ4X and larger than a C-HR, a model it might be similar to, but not according to Lance Scott: "They are two cars that address quite different customers, even though they both propose our idea of the

coupe SUV, but in different areas".

The 'global car' soul of the bZ Compact Suv can also be seen in its design story. While the exterior was designed entirely in Europe, the interior was developed at Toyota's style centre in Japan. The perception is one of being in a roomy, minimalist space, while

the choice of pale colours favours the entry of light despite the high beltline. Surfaces are mostly covered in soft fabrics (made from recycled materials) to accentuate the feeling of being insulated from the outside. The dashboard is slim and low-set and follows a horizontal pattern that gives a suspended look to its features: the two curved, floating displays for instrumentation and infotainment and the yoke steering wheel, a technology that has enabled all mechanical elements to be eliminated, including the steering column. "This steering provides more freedom for the designers, more driving fun and with just two and a half 'lock to lock' turns, it feels like you're driving a spaceship", concludes Lance Scott. ■■■

LIBERTÀ DI ESPRESSIONE

Se disegnare una nuova auto non è semplice, creare un brand inedito e costruire un'intera gamma può essere ancora più complicato. A un anno dal debutto della bZ4X – primo modello del marchio bZ, Beyond Zero, dedicato da Toyota alle sue elettriche pure – è stata svelata la bZ Compact Suv, oggi concept car, nel 2024 modello di serie a zero emissioni per i principali mercati globali. «Per darle un respiro internazionale abbiamo scelto un'architettura in forte ascesa, quella dei Suv coupé», ci racconta Lance Scott, Design Director del Toyota Europe Design Development (ED²), il centro stile

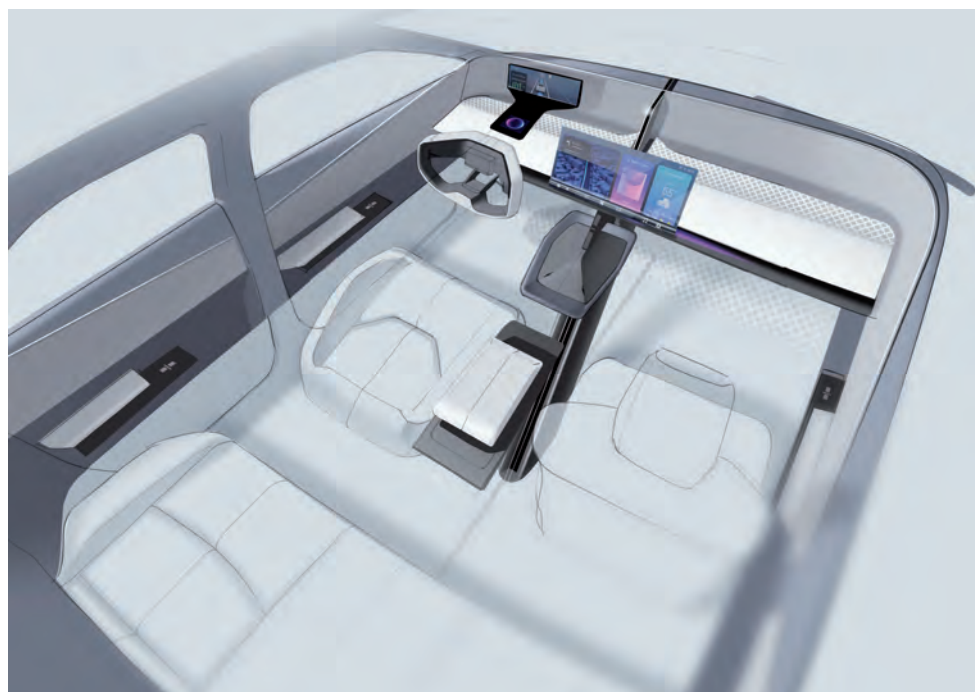




progetto, ha lavorato con il suo team alla definizione del design degli esterni ricercando una personalità spiccata. «La bZ Compact Suv è la dimostrazione che più anime diverse possono convivere in uno stesso marchio. Se la bZ4X è dedicata a chi cerca un veicolo grande e tuttofare, perfetto anche per le esigenze di carico di una famiglia, bZ Compact Suv non nasconde uno spirito di tendenza e particolarmente dinamico», spiega Billes. Due caratteri diversi, accomunati da alcuni tratti fondamentali: «Rimangono gli elementi fondanti l'identità stilistica del marchio bZ, ma declinati in chiave sportiva: il comparto dei proiettori a tutta larghezza con disegno a testa di martello (hammerhead), la griglia anteriore quasi completamente chiusa e una grande atten-

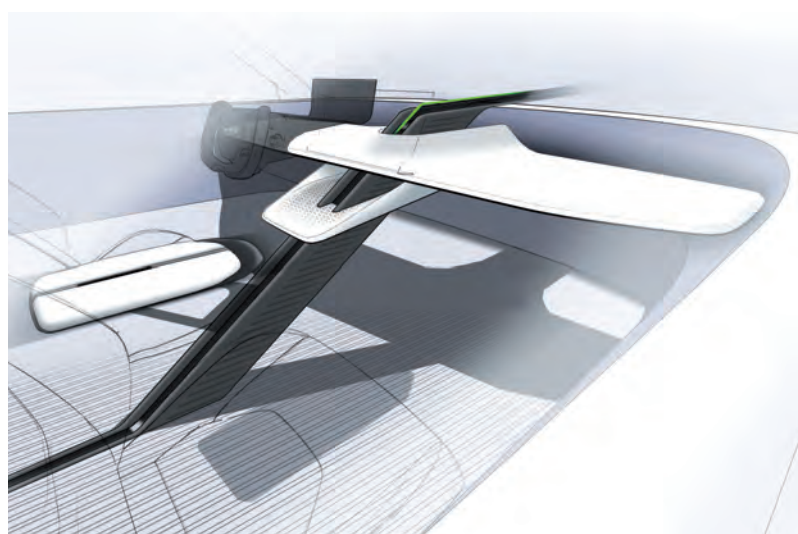
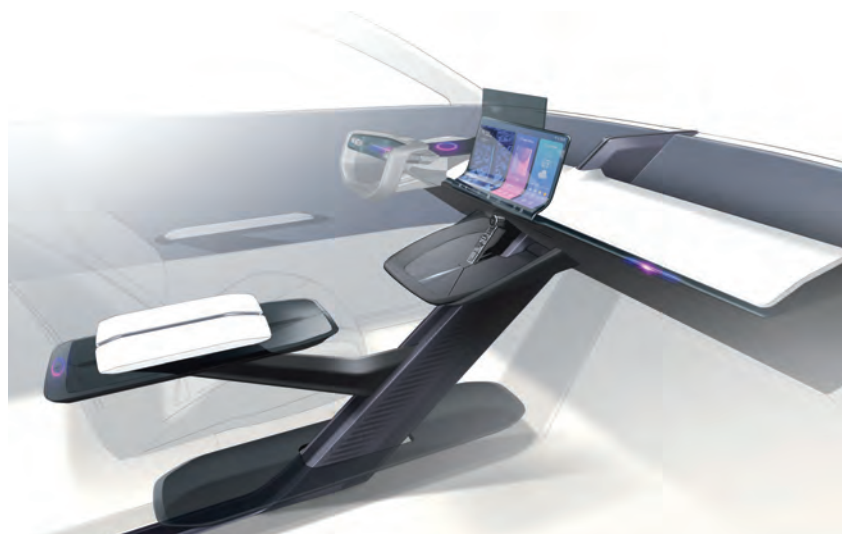
del costruttore giapponese sulle colline di Nizza, Francia, dove sono stati disegnati gli esterni della bZ Compact Suv. «È il nuovo tassello nella gamma bZ che diventerà sempre più articolata e in grado di soddisfare le esigenze dei clienti più disparati. Non parliamo certo di un'auto mainstream, ma questa architettura così sinuosa ci permette di comunicare alcune delle identità del marchio bZ come sportività ed eleganza», continua Scott mostrandoci il key sketch del progetto, «da cui si può capire il dinamismo della vettura fin dai primi tratti». Anzi, precisa Scott, «abbiamo smussato qualche spigolo iniziale per cercare di rendere la concept car più fedele al modello che arriverà su strada e non tradire le aspettative del pubblico».

Ken Billes, Assistant Chief Designer a ED² e lead designer del



The interior was designed in Japan at the Toyota headquarters style centre. The pursuit of order and minimalism characterised the design from day one, as did the sustainability-centred finishes. The seats are made of recycled and plant-based materials, in line with the Beyond Zero spirit.

Gli interni sono stati disegnati in Giappone presso il centro stile del quartier generale Toyota. La ricerca di ordine e minimalismo ha caratterizzato da subito il progetto, così come le finiture orientate alla sostenibilità. Le sedute sono realizzate con materiali riciclati e di origine vegetale, in linea con lo spirito Beyond Zero.





Despite its high beltline and coupé-like SUV body, there is no lack of space on board. This is also the result of electronics replacing a number of mechanical elements. Prominent here is the 'by wire' technology for the steering wheel, which has led to the steering column being eliminated.

Nonostante la linea di cintura alta e la carrozzeria da Suv coupé, lo spazio a bordo non manca. Il merito è anche dell'assenza di diversi elementi meccanici, sostituiti dall'elettronica. Tra tutti spicca la tecnologia "by wire" per il volante, che ha portato all'eliminazione del piantone dello sterzo.

zione all'aerodinamica come si conviene a un modello 100% elettrico», continua Billes.

Nelle soluzioni del posteriore la bZ Compact Suv prende una strada tutta sua, merito di una linea del tetto fortemente discendente sulla coda, dove si incontrano spigoli e una fanaleria affilata che abbraccia i fianchi della vettura cingendo la base del lunotto. Più in alto, lo spoiler e l'antenna a pinna di squalo che ospita un Led per le luci di stop, mentre alla base del parafrango è inserito il retronebbia verticale in posizione centrale, come sulle Formula 1. Particolari che raccontano come i designer di ED² non si siano certo annoiati nel disegnare questa concept car. Sottolinea Billes: «Una vettura come questa è il sogno di ogni stilista perché nel rispettare i vincoli dati da misure, piattaforma ed economie di scala abbiamo trovato grande libertà di espressione: volevamo realizzare un modello che fosse "cool" e ci siamo riusciti». A proposito di proporzioni, con i suoi 4,5 metri di lunghezza la bZ Compact Suv si

inserisce perfettamente nel segmento C ed è, non a caso, più compatta di una bZ4X e più grande di una C-HR, un modello cui potrebbe avvicinarsi per tipologia ma non secondo Lance Scott: «Sono due auto che si rivolgono a clienti completamente diversi pur proponendo entrambe la nostra idea di Suv coupé, ma in ambiti differenti».

L'anima da "global car" della bZ Compact Suv si coglie anche nella sua genesi progettuale. Se gli esterni sono stati disegnati interamente in Europa, gli interni hanno visto lo sviluppo presso il centro stile di Toyota in Giappone. La percezione è quella di trovarsi in un ambiente spazioso e minimalista, mentre la scelta di colori chiari favorisce l'ingresso della luce nonostante la linea di cintura alta. Le superfici sono per la maggior parte rivestite da tessuti morbidi (realizzati con materiali riciclati) per accentuare la sensazione di isolamento dall'esterno. La plancia è sottile, piatta e segue un andamento orizzontale che fa



sembrare sospesi i suoi ospiti: i due display curvi e flottanti per strumentazione e infotainment e il volante a cloche "by wire", una tecnologia che ha consentito l'eliminazione di tutti gli elementi meccanici, compreso il piantone

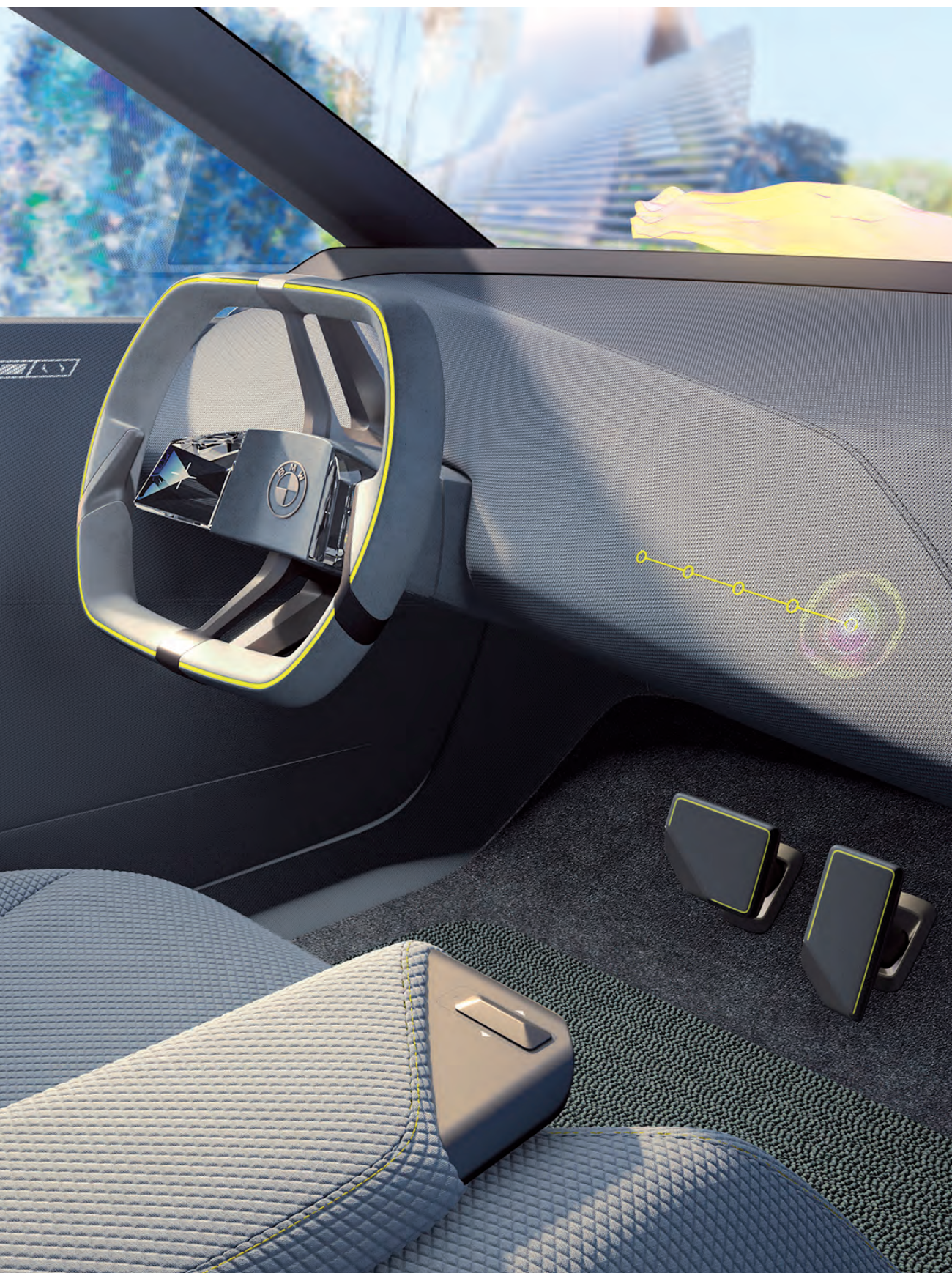
dello sterzo. «Questo sterzo garantisce più libertà ai designer, più divertimento alla guida e con appena due giri e mezzo "lock to lock" sembrerà di guidare una navicella spaziale», conclude Lance Scott. ■■■



Attention to detail also affects the digital surfaces. Instrument and infotainment information is transmitted by two curved, high-resolution, ultra-thin displays. There is also an on-board personal assistant for driver and passenger interaction with the car.

La cura dei dettagli interessa anche le superfici digitali. Le informazioni di strumentazione e infotainment vengono trasmesse da due display curvi in alta risoluzione e sottilissimi. Non manca l'assistente personale di bordo per l'interazione di guidatore e passeggeri con la vettura.

MINIMALIST APPROACH



Edoardo Nastri

Past and future meet in the Vision Dee, the latest electric "Vision" that BMW presented at CES in Las Vegas. "The classification of the Dee as a Vision is no coincidence: it is a category of projects that explore a distant future and the application of technologies and innovations that are still too costly for production today, but which will certainly arrive", says Kai Langer, head of design at BMW i, the German premium manufacturer's dedicated electric car brand. In short, compared to a traditional concept car, the i Vision Dee looks at the distant future more closely, while retaining some elements of feasibility: "It is built on the new Neue Klasse platform that will debut in 2025 and ushers in a minimalist design that will influence our lines in the years to come", continues Langer. A new styling season that, judging by the Dee's lines, also considers the past: "The model is highly innovative but follows a clear brand identity". All the elements typical of BMW have remained in place: from the non-extra large double kidney (now transformed into a digital platform to communicate with the outside world) to the legendary Hofmeister-Kink, the angular shaping of the lower part of the rear window that has been present on all, or almost all, BMWs since the 1960s.

"The Dee's lines define very light volumes and a minimalist design principle was applied throughout the car: we sought essentiality", continues Langer, explaining how, from the outset, the aim was to gratify three of the five senses. "Sight, with carefully crafted aesthetics and the E Ink system to change up to 32 colours at a touch; touch, with soft surfaces and pleasant, sustainable upholstery; and hearing, with sounds carefully created by our sound design department". The interior is a clean break with the present. Goodbye to today's large displays, all the car's digital systems are hidden from view and come to life on demand. Wind shields and windows have been turned into a huge screen on which everything the driver and passengers want

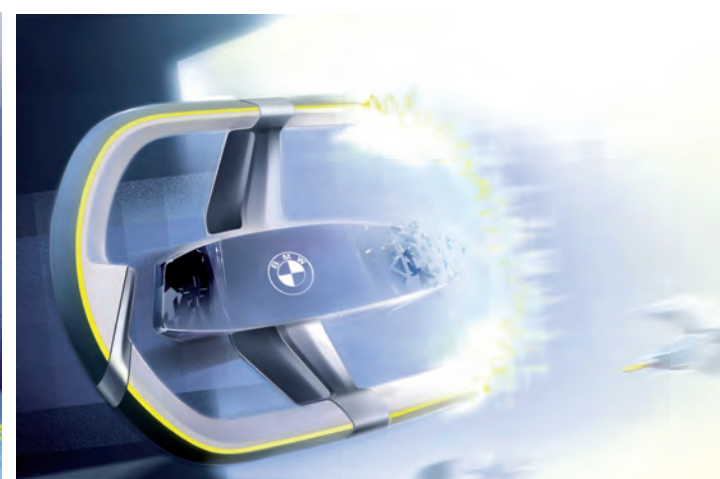
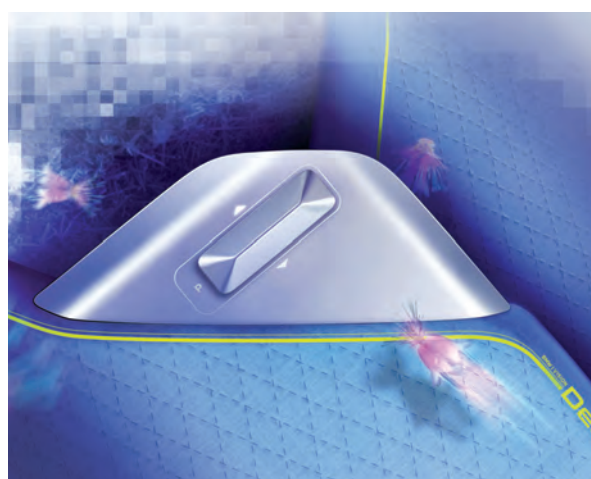


Unveiled at CES 2023 in Las Vegas, the BMW i Vision Dee reveals a 100% electric, mid-size sedan of the future. Its purpose is to explore the technologies of tomorrow and usher in a new stylistic era for the manufacturer, based on principles such as minimalism and essentiality.

Presentata al CES di Las Vegas 2023, la BMW i Vision Dee, anticipa una berlina del futuro 100% elettrica e di medie dimensioni. Il suo ruolo è esplorare le tecnologie di domani e inaugurare una nuova stagione stilistica per il costruttore, basata su principi come minimalismo ed essenzialità.

can be projected thanks to the advanced functions of the new head-up display, the standard version of which will arrive in BMWs after 2025.

"Our research aims at safely exploiting all possible surfaces of the car to add new digital functionalities. In the Dee, infotainment plays a leading role without making the occupants feel overwhelmed by technology, and the only way to develop this theme was to eliminate the displays and give a new active role to the glass surfaces", explains Langer. Digitisation has also featured in the styling process (made in Munich), most of which was driven by augmented reality, whilst a single final evaluation model was milled, to which minimal modifications were made before departing for Las Vegas. Between the digital world and amazing new technologies, the choice for the i Vision Dee of a classic three-box sedan architecture does not go unnoticed. This is a decision which - explains Langer - aims at efficiency without clashing too much with a market dominated by SUVs and crossovers: "The three-box sedan architecture remains the heart of the BMW range, and if we talk about efficiency we have to remember that sedans are definitely more aerodynamic than SUVs. Sedans remain interesting models for the future too: it is no coincidence that our new platform is exploring precisely this architecture". ■■■





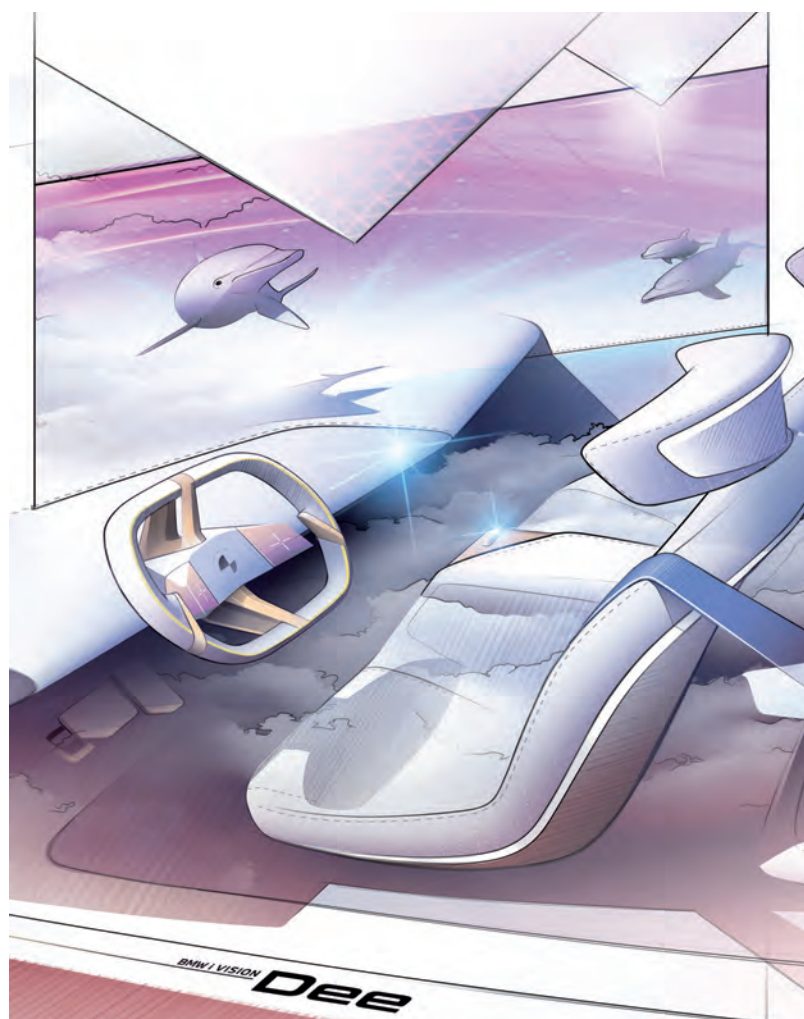
The name "Dee" stands for Digital Emotional Experience, and that is precisely its objective: to create an emotional bond between people and their cars. The model is based on the new Neue Klasse native electric platform that will equip all zero-emission BMWs starting from 2025.

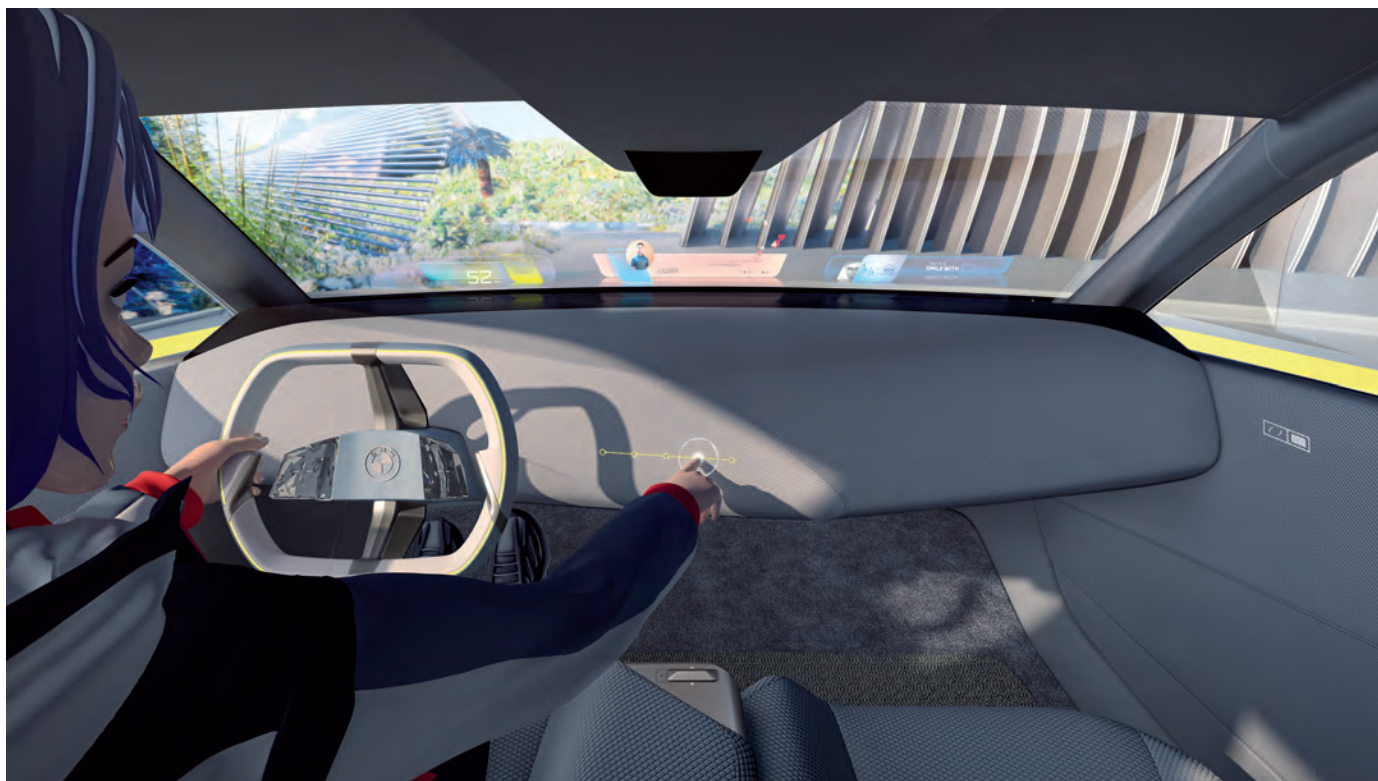
Il nome "Dee" è l'acronimo di Digital Emotional Experience, ed è proprio questo il suo obiettivo: creare un legame emozionale tra le persone e le loro auto. Il modello è basato sulla nuova piattaforma nativa elettrica Neue Klasse che dal 2025 equipaggerà tutte le BMW a zero emissioni.

APPROCCIO MINIMALISTA

Passato e futuro si incontrano nella i Vision Dee, l'ultima "Vision" elettrica che BMW ha presentato al CES di Las Vegas. «La classificazione della Dee come Vision non è casuale: si tratta di una categoria di progetti che esplorano un futuro lontano e che vedono l'applicazione di tecnologie e innovazioni oggi ancora troppo costose per la produzione, ma che certamente arriveranno», ci racconta Kai Langer, capo del design di BMW i, il brand dedicato alle elettriche del costruttore premium

tedesco. Insomma, rispetto a una tradizionale concept car la i Vision Dee guarda il futuro remoto da più vicino, pur conservando diversi elementi di fattibilità: «E' stata realizzata sulla nuova piattaforma Neue Klasse che debutterà nel 2025 e inaugura un design minimalista che guiderà le nostre matite nei prossimi anni», continua Langer. Una nuova stagione stilistica che, a giudicare dalle linee della Dee, tiene conto, eccome, anche del passato: «Il modello è altamente innovativo ma segue una chiara identità di marca». Tutti gli elementi tipici di BMW sono rimasti al loro posto: dal doppio rene non extra large (ora trasformato in una piattaforma



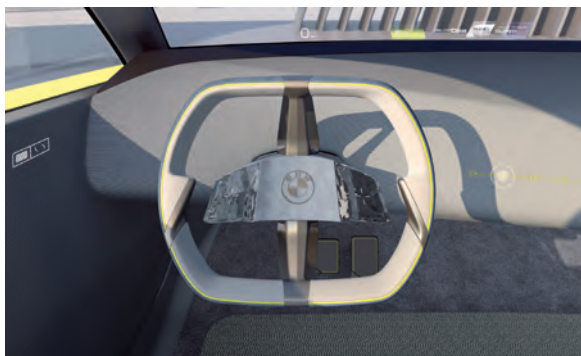


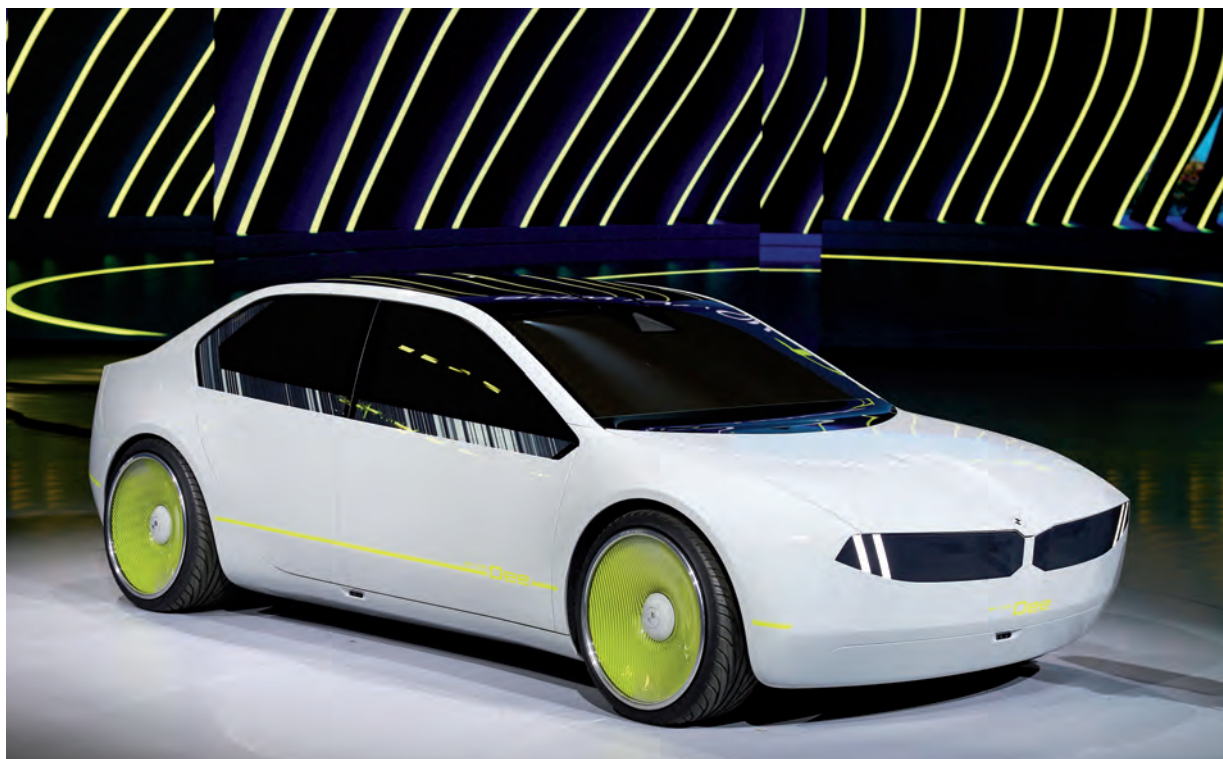
The interior features a total absence of displays. The infotainment system is projected directly onto the car's glass surfaces, which turn into a huge screen with advanced functions. The standard version of this technology will arrive in 2025.

Gli interni sono caratterizzati dalla totale assenza di display. L'infotainment viene proiettato direttamente sulle superfici vetrate dell'auto che si trasformano in un enorme maxischermo dalle funzionalità avanzate. La versione di serie di questa tecnologia arriverà nel 2025.

digitale per comunicare con l'esterno) al mitico Hofmeister-Kink, la sagomatura angolare della parte bassa del finestrino posteriore che dagli Anni 60 è presente su tutte, o quasi, le BMW.

«Le linee della Dee definiscono volumi leggerissimi e su tutta la vettura è stato applicato un principio progettuale minimalista: abbiamo ricercato l'essenzialità», continua Langer, spiegando come, da subito, l'obiettivo fosse soddisfare tre dei cinque sensi. «La vista, con un'estetica curata e il sistema E Ink per cambiare con un tocco fino a 32 colorazioni, il tatto, con superfici morbide e rivestimenti piacevoli sostenibili e l'udito, grazie ai suoni accuratamente creati dal nostro dipartimento di sound design». Gli interni sono un taglio netto con il presente. Addio ai grandi display di oggi, tutti i sistemi digitali della vettura sono nascosti alla vista e prendono vita su richiesta.





"With the i Vision Dee, we demonstrate how the car can be seamlessly integrated into your digital life and become a trusted companion. At the same time, we deepen the stylistic values of simplicity and purity," states Adrian van Hooydonk, Head of BMW Group Design.

«Con la i Vision Dee, dimostriamo come l'auto possa essere perfettamente integrata nella vostra vita digitale e diventare una compagna fidata. Allo stesso tempo approfondiamo i valori stilistici di semplicità e purezza», ha dichiarato Adrian van Hooydonk, responsabile del BMW Group Design.



Parabrezza e finestrini si sono trasformati in un enorme maxi schermo sul quale proiettare tutto ciò che conducente e passeggeri desiderano grazie alle funzioni avanzate del nuovo Head-up display, la cui versione di serie arriverà sulle BMW dopo il 2025.

«La nostra ricerca punta allo sfruttamento in sicurezza di tutte le possibili superfici dell'auto per aggiungere nuove funzionalità digitali. Nella Dee l'infotainment svolge un ruolo da protagonista senza far sentire gli occupanti invasi dalla tecnologia e l'unica via per sviluppare questo tema era eliminare i display e dare un nuovo ruolo attivo alle superfici vetrate», spiega Langer. La digitalizzazione ha caratterizzato anche il processo stilistico (made in Monaco di Baviera), guidato per la sua maggior parte dalla realtà aumentata, mentre è stato fresato un unico modello valutativo finale al quale sono state apportate minime modifiche prima della partenza per Las Vegas. Tra mondo digitale e nuove mirabolanti tecnologie, non passa in secondo piano la scelta per la i Vision Dee di un'architettura da classica berlina a tre volumi. Una decisione che, spiega Langer, mira all'efficienza senza scontrarsi troppo con un mercato dominato da Suv e crossover: «L'architettura della berlina a tre volumi rimane il cuore della gamma BMW e se si parla di efficienza bisogna ricordare che le sedan sono decisamente più aerodinamiche dei Suv. Le berline restano modelli interessanti anche per il futuro: non è un caso che la nostra nuova piattaforma stia esplorando proprio questa architettura». ■■■



BMW also unveiled, on the Dee, an update to the E Ink technology that allows the car to switch into different colours and was inaugurated in 2021 at CES by the iX Flow concept car. With a touch, the i Vision Dee can now personalise its exterior with as many as 32 different colours.

Sulla Dee BMW ha presentato anche un aggiornamento della tecnologia E Ink che consente alla vettura di cambiare diverse colorazioni e che è stata inaugurata nel 2021 al Ces dalla concept car iX Flow. La i Vision Dee ora può, con un tocco, personalizzare i suoi esterni con ben 32 cromie differenti.



IN SEARCH OF IDENTITY

Fabio Galvano

Who knows if Stefan Sielaff would like to know that many consider him the phalanx of a robust Chinese incursion on Western markets? After a life spent at VW – Audi, Lamborghini, Seat, Bentley, to name a few – since September 2021 he has been in charge of a large new style centre based in Sweden which for now has worked in the shadows and with which the group Geely intends to become “a global name”, that is to land without half measures on the European and American markets by challenging the already established names on the electric horizon. It must be said immediately that Geely has already set a foot outside the Chinese borders. It owns the Volvo and Polestar brands in Sweden, Lotus in England, even Levc, i.e. the famous London taxis. It is therefore not surprising that the new design centre, a four-storey, 27,000-square-metre building built over four years and housing 550 employees, including 240 designers, was inaugurated last summer in Gothenburg, at a stone's throw from the Volvo factories from which – Sielaff points out – “we are completely independent, even if we have excellent relations with their designers.”

Sielaff is Vice President for Global Design, and that title already says it all. In harmony with the Guangzhou designers and the Geely management, he has to shape the cars of the robust incursion, first of all those of the Zeekr brand. “That brand is my direct responsibility, while for Lynk & Co, led by Stefan Rosén, I have a rather consultancy role, while as an operational team we can take advantage of the greater flexibility of the Chinese structures and support any other brand within the group, if and where a necessity emerges, especially when it comes to advanced design. This is also important for the domestic market, where the European connotation is seen as a sign of excellence.” A truly global role, yes; but the tip of the iceberg is called Zeekr.

The brand was born just over a year ago, dedicated to electric mobility in the premium car segment. So far, it has produced two cars: the Zeekr 001, first shown in April 2021 and destined to be launched in Europe, and the Zeekr 009, a large Minivan, specifically made for the Chinese market. A third model was just announced, the Zeekr X, a premium urban SUV which will hit the roads at a later date. In the coming years we will see the Zeekr line-up carrying the Sielaff signature. “The brand – he explains – was born from a rib of Lynk & Co, and that is the image we wanted to change. My immediate task was to separate the two design teams to give Zeeker its own identity. A break was needed, not an evolution but a revolution, even in the names to be given to the various models; also because continuing in that way - a necessity, given the tight deadlines with which



Stefan Sielaff had, apart from a three-year break with Mercedes, a long career in the Volkswagen group, above all with Audi, but also with Lamborghini, Seat and Bentley. From September 2021 he moved to the Chinese group Geely, for which he directs the important European design centre born in Gothenburg.

Stefan Sielaff ha avuto, salvo una pausa di tre anni con Mercedes, una lunga carriera nel gruppo Volkswagen, soprattutto con Audi, ma anche con Lamborghini, Seat e Bentley. Dal settembre 2021 è passato al gruppo cinese Geely, per il quale dirige l'importante centro europeo di design nato a Göteborg.

Zeekr was born - it would have been difficult to explain to customers what the difference between the two brands was and to justify the difference in price. I had to do it all in two years, from September 2021 to September 2023: all practical work, no theoretical blah-blah, I learned that from Walter de Silva."

What will "his" Zeekr be like? "The design philosophy and surface treatment will have an element of uniqueness, with iconic and clean shapes, with extremely technical and never-before-seen details for the exteriors, while for the interiors I have pushed for a high quality level of materials typical of luxury brands, also taking into account the development and growing use of digital technology. A symphony, not karaoke - high quality, pure and clean. In 35 years of experience, I have learned that the best products are obtained with the right doses, without overdecorating. Of course, it takes the right team, like in an orchestra, the right culture, the balance between experience and the courage to change. And all of that, in Gothenburg, is there". ■■■

IN CERCA DI IDENTITÀ

Chissà se a Stefan Sielaff farebbe piacere sapere che molti lo considerano la falange di una grande massiccia incursione cinese sui mercati d'Occidente. Dopo una vita trascorsa in casa VW – Audi, Lamborghini, Seat, Bentley, per fare qualche nome – dal settembre 2021 è a capo di un nuovo grande centro stile con base in Svezia che per ora ha lavorato nell'ombra e con cui il gruppo Geely intende diventare "un nome globale", cioè sbarcare senza mezze misure sui mercati europei e americano sfidando i nomi già affermati sull'orizzonte elettrico. Va subito detto che Geely un piede fuori dai confini cinesi l'ha già messo. Suoi sono i marchi Volvo e Polestar in Svezia, Lotus in Inghilterra, addirittura Levc, cioè i famosi taxi di Londra. Non è sorprendente, quindi, che il nuovo centro di design, un edificio di quattro piani e 27 mila metri quadrati nato in quattro anni, che ospita 550 addetti dei quali 240 designer, sia stato inaugurato l'estate scorsa proprio a Göteborg, a un tiro di schioppo dagli stabilimenti Volvo dai quali – precisa Sielaff – «siamo completamente indipendenti, anche se in ottimi rapporti con i loro designer».

Sielaff è Vice Presidente per il Design Globale, e quel titolo è già un programma. In sintonia con i designer di Guangzhou e con la dirigenza Geely deve plasmare le auto della robusta incursione, prime fra tutte quelle del marchio Zeekr. «Quel marchio è di mia diretta responsabilità, mentre per Lynk & Co guidato da Stefan Rosén ho piuttosto un ruolo di consulenza. Come team operativo possiamo sfruttare la maggiore elasticità delle strutture cinesi e sostenere qualsiasi altro marchio del gruppo, se e dove emerga una necessità, soprattutto quando si tratta di design avanzato. Questo è importante anche per il mercato domestico, dove il connotato europeo è visto come segno di eccellenza». Un ruolo davvero globale, questo sì; ma la punta dell'iceberg si chiama Zeekr.



The Gothenburg centre designed and developed the M Vision concept (top), presented at the recent Las Vegas CES in the Waymo version (bottom): a study for the mobility of the future, it aims to define the standards for autonomous driving.

Il centro di Göteborg ha progettato e sviluppato il concept M Vision (in alto), presentato al recente CES di Las Vegas nella versione Waymo (in basso): studio per la mobilità del futuro, si propone di definire gli standard per la guida autonoma.



In the image on the right, the impressive design centre that the Geely group has set up in Gothenburg. The construction took four years: it is spread over four floors and an area of 27,000 square metres. It currently houses 550 employees, 240 of whom are designers.

Nell'immagine a destra l'imponente centro di design che il gruppo Geely ha allestito a Göteborg. La costruzione ha richiesto quattro anni: si sviluppa su quattro piani e su una superficie di 27 mila metri quadrati. Attualmente ospita 550 addetti, 240 dei quali sono designer.

Unveiled in April 2021, the Zeekr 001 (rendering on the right) is the first car of the new Geely brand. Born from a rib of Lynk & Co - another Geely brand - it was marketed for one year only in China, but is now also available in Europe. Bottom, right, the premium electric SUV Zeekr X.

Presentata nell'aprile 2021, la Zeekr 001 (rendering a destra) è la prima vettura del nuovo marchio Geely. Nata da una costola di Lynk & Co - altro marchio Geely - è stata commercializzata per un anno soltanto in Cina, ma è ora disponibile anche in Europa. In basso a destra, il SUV premium elettrico Zeekr X.



Il marchio è nato poco più di un anno fa, votato alla mobilità elettrica nell'ambito delle automobili premium. Finora ha sfornato due vetture: la Zeekr 001, presentata nell'aprile 2021 e destinata a essere lanciata in Europa, e la Zeekr 009, un grosso minivan fabbricato per il mercato cinese. Un terzo modello è stato appena annunciato: Zeekr X, un Suv urbano premium che vedremo più avanti sulle strade. La gamma Zeekr con la firma di Sielaff è per i prossimi anni. «Il brand - spiega - è nato da una costola di Lynk & Co, ed è quella l'immagine che vogliamo cambiare. Mio compito immediato era di separare le due squadre di designer per dare a Zeeker un'identità propria. Ci voleva una rottura, non un'evoluzione ma una rivoluzione, persino nei nomi da dare ai vari modelli; anche perché continuando in quel modo - una necessità, visti i tempi stretti con i quali Zeekr era nata - sarebbe stato difficile spiegare ai clienti quale fosse la differenza fra i due

marchi e giustificare la differenza di prezzo. Ho dovuto fare tutto in due anni, da settembre 2021 a settembre 2023: un lavoro pratico, nessun bla-bla teorico, l'ho imparato da Walter de Silva».

Come sarà la "sua" Zeekr? «La filosofia di design e il trattamento delle superfici avranno un elemento di unicità, con forme iconiche e pulite, con particolari estremamente tecnici e mai visti prima per gli esterni, mentre per gli interni ho spinto per un alto livello qualitativo dei materiali tipico dei marchi di lusso, anche tenendo conto dello sviluppo e del crescente uso del digitale. Una sinfonia, non un karaoke: alta qualità, pura e pulita. In 35 anni di mestiere ho imparato che con le dosi giuste, senza eccessive decorazioni, si ottengono i prodotti migliori. Certo, ci vuole il team giusto, come in un'orchestra, la cultura giusta, l'equilibrio fra esperienza e coraggio di cambiare. E tutto questo, a Göteborg, c'è». ■■■



ELEGANCE AND VERSATILITY



Edoardo Nastri

"Scandinavian design, safety, technology". These, according to Robin Page – Volvo's head of design until next May 1st when he will become senior style consultant and will be replaced by Jeremy Offer – are the four key words of the EX90, the new seven-seater, zero-emission SUV that the Swedish manufacturer is proposing as the successor to the XC90. The 2021 Concept Recharge show car gave a glimpse of new shapes and tech-

nological solutions and, indeed, several have been kept for the series production too: "Concept Recharge and EX90 bear a very close resemblance to each other. Just look at the front: the completely full grille could be the mouth of a man, while the subtle light signature headlights could be the eyes. We have tried to work deeply on the humanisation of the styling to achieve, even on a superficial level, a better relationship between man and machine", Page continues.

While some typical Volvo styling cues have simply been developed – like the Thor hammer headlamps which now open and change shape at night with the help of matrix LEDs – others are completely new: "We wanted the nose to communicate strength but at the same time gentleness, by inspiring confidence in the user through clean, simple lines, volumes and colours", says T. Jon Mayer, Volvo's head of exterior design. Following this line of thought, all the sensors of the

driver assistance systems are hidden or concealed by surfaces. All except one: the large LiDar positioned high up in the centre of the windscreen. "The reasons for this choice are functional", explains Mayer, "it is the best possible position for a LiDar, all others would have limited its range. For Volvo, safety comes first". Not only. Page points out: "Making such an important element visible, also means communicating that the EX90 is probably the most technological car of the



moment. We must never lose sight of our goal: zero accidents, as soon as possible”.

The large SUV body of the EX90 induced the designers to refine every possible element that was not in favour of aerodynamics. Hence, in addition to the almost completely closed grille, the designers created low-resistance wheels for the model, handles flush with the bodywork and pillars as sunken into the bodywork as possible. Volvo’s trademark is also represented by the vertical lights, revised for the EX90 into two separate elements with a segmented top section but, Mayer reassures us, “still highly recognisable even at night”.

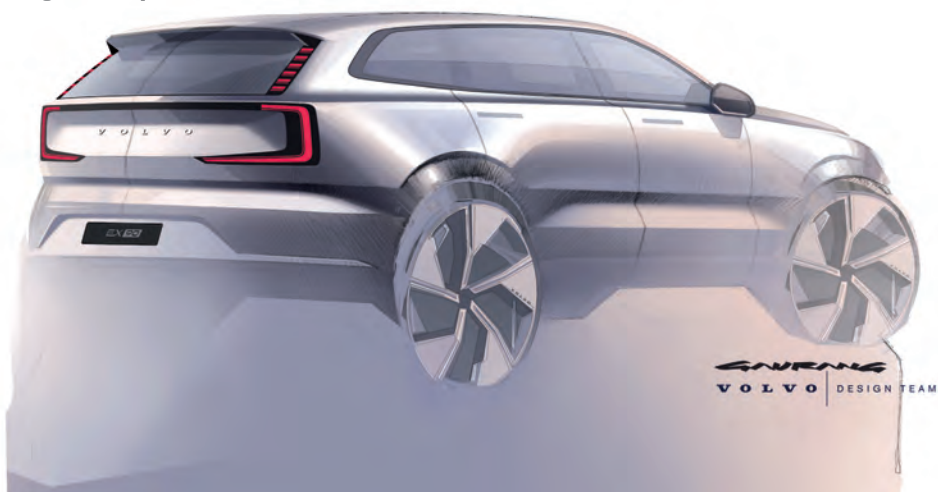
Many similarities between the Concept Recharge and the EX90 can be found in the interior. “The general layout has remained the same – explains Lisa Reeves, Volvo’s head of interior design –.



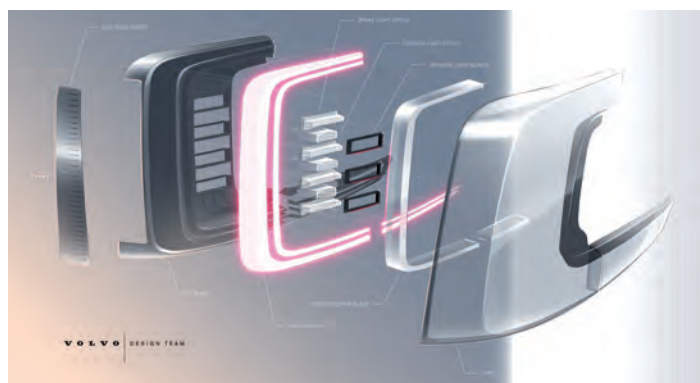
The Volvo XC90 is reborn electric, changes its name to Volvo EX90 and marks the beginning of a new era that will entail the brand introducing a new zero-emission model every year. The EX90 is an expression of Scandinavian design, created by the team led by Robin Page (left), in charge until 1 May, until he will be succeeded by Jeremy Offer.

La Volvo XC90 rinasce elettrica, cambia nome in Volvo EX90 e segna l’inizio di una nuova era che porterà il marchio a presentare un nuovo modello a zero emissioni ogni anno. EX90 è espressione del design scandinavo ed è stata realizzata dal team guidato da Robin Page (a sinistra), in carica fino al 1 maggio, quando verrà sostituito da Jeremy Offer.





The two displays are in the same position (horizontal for the 11-inch instrumentation, vertical for the 15-inch infotainment in the centre of the dashboard) and there is a sense of modernity, peace and tranquillity thanks to the light colours, the recycled materials, plenty of light in the cabin and the attention to detail typical of Scandinavian design". Speaking of sustainability, the EX90 is equipped with natural materials like resins and wood and there are 48 kilograms of recycled plastic, most of it from PET bottles, used by Volvo for floor mats and other upholstery. "To add to the ambience, the wooden inserts are backlit and travelling at night is a truly unique experience", continues Lisa Reeves, emphasising that Scandinavian minimalism remains at the heart of Volvo's styling philosophy, despite a few pleasant twists in



Versatile and elegant, the EX90 is defined by sharp lines and clean surfaces. The designers reinterpreted Volvo's most typical styling cues, such as Thor's signature hammerhead headlamps (right), now capable of opening up at night to give way to Matrix LEDs.

Versatile ed elegante, la EX90 è definita da linee nette e superfici pulite. I designer hanno reinterpretato gli stilemi più tipici di Volvo, come i proiettori con firma luminosa a martello di Thor (a destra), ora capaci di aprirsi di notte per lasciare il posto ai Matrix Led.



The Concept Recharge concept car, unveiled in June 2021, previewed the content and aesthetics of the EX90, which is claimed to be the most technological Volvo ever built. The SUV features a safety shield with the latest detection technology such as cameras, radar and Lidar.

La concept car Concept Recharge, presentata a giugno 2021, ha anticipato contenuti ed estetica della EX90 che, secondo quanto dichiarato, è la Volvo più tecnologica mai costruita. Il Suv è dotato di uno scudo di sicurezza con la più recente tecnologia di rilevamento come telecamere, radar e Lidar.



the plot. The same minimalism has been sought in the development of the user experience, as Thomas Stovicek, Volvo's Head of UX, tells us: "We chose to show drivers only what is necessary and at the right time. They can decide whether they want to add or remove information and they can also take advantage of a large Head Up Display where to view it. The real luxury today is to be able to choose to focus on the essentials knowing that, when in need, you can have everything". ■■■



Se alcuni stilemi tipici Volvo sono stati semplicemente evoluti – come i proiettori a martello di Thor che ora di notte si aprono e cambiano forma con l'intervento dei matrix Led – altri sono completamente nuovi: «Volevamo che il frontale comunicasse forza ma allo stesso tempo gentilezza, ispirando fiducia all'utente della strada grazie a linee, volumi e colori puliti e semplici», precisa T. Jon Mayer, responsabile dell'exterior design Volvo. Seguendo questo filone tutti i sensori dei sistemi di assistenza alla

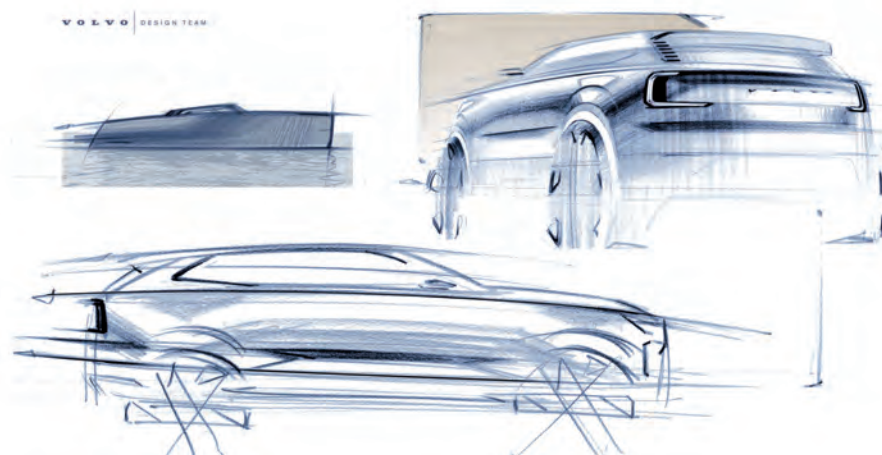
ELEGANZA E VERSATILITÀ

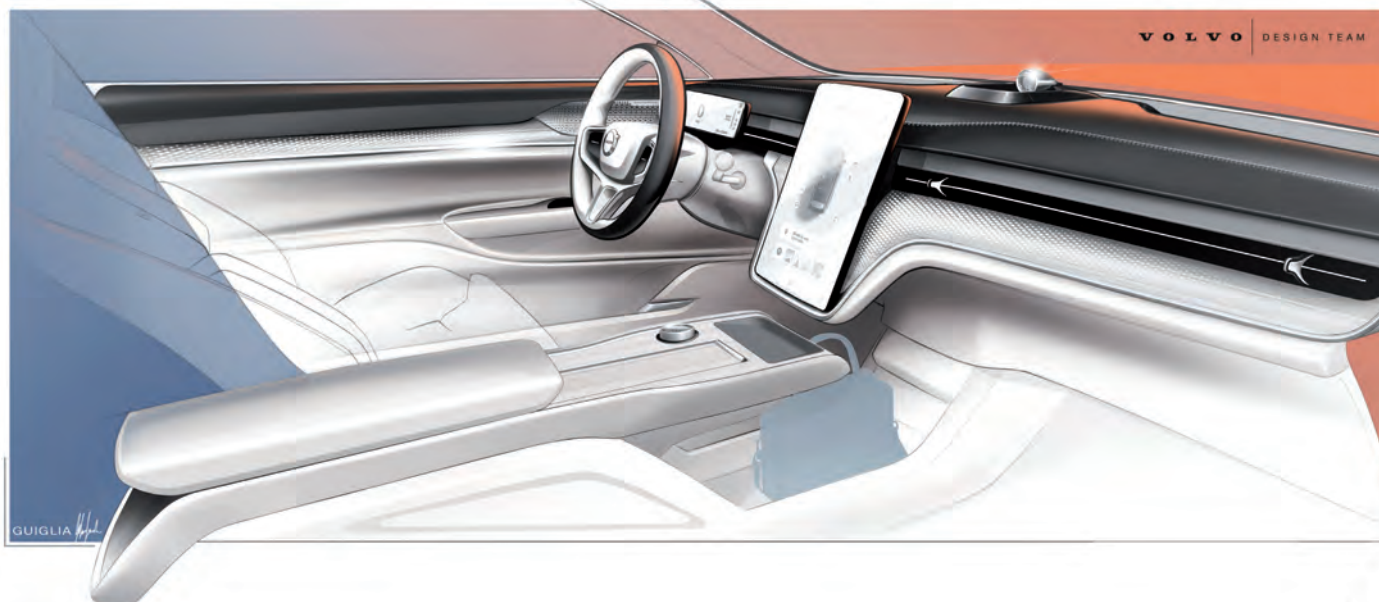
«Design scandinavo, sicurezza, tecnologia». Queste, secondo

Robin Page – capo del design Volvo fino al prossimo 1 maggio quando diventerà consulente senior per lo stile e verrà sostituito da Jeremy Offer – le quattro parole chiave della EX90, il nuovo Suv a sette posti e zero emissioni che il costruttore svedese propone come erede della XC90. La show-car Concept Recharge del 2021 aveva dato un assaggio di nuove forme e soluzioni tecnologiche e, in effetti, ne sono state conservate diverse anche per la produzione in serie: «Concept Recharge ed EX90 sono molto vicine tra loro. Basta guardare il frontale: la griglia completamente piena potrebbe essere la bocca di uomo, i proiettori dalla firma luminosa sottile gli occhi. Abbiamo cercato di lavorare profondamente all'umanizzazione dello stile per ottenere anche a livello superficiale una migliore relazione tra uomo e macchina», continua Page.

The inspiration for the SUV's lines came from the clean, pure shapes of Scandinavian boats, classic, high-tech objects of timeless design. At the bottom of the page, some of the stages in the evaluation of the model and part of the design team that worked on the project.

L'ispirazione per le linee del Suv è partita dalle forme pulite e pure delle barche scandinave, oggetti classici e tecnologici, dal design intramontabile. A fondo pagina, alcune fasi di valutazione del modello e parte del team di design che ha lavorato al progetto.





As befits the Volvo brand, the EX90 also focuses on the needs of a family: the load space is ample. The interior is minimalist: all buttons are gone while vehicle functions are managed through a central 14.5-inch display.

Come si conviene al marchio Volvo, anche la EX90 pone al centro le esigenze di una famiglia: lo spazio di carico è ampio. L'interno è minimalista: via tutti i tasti, la gestione delle funzioni del veicolo avviene attraverso un display centrale da 14,5 pollici.

guida risultano nascosti o celati da superfici. Tutti tranne uno: il grande LiDar posizionato in alto, al centro del parabrezza. «Le ragioni di questa scelta sono funzionali», spiega Mayer, «è la migliore posizione possibile per un LiDar, tutte le altre ne avrebbero limitato la portata. Per Volvo la sicurezza viene prima di tutto». Non solo. Precisa Page: «Rendere visibile un elemento così importante significa anche comunicare che la EX90 è probabilmente l'auto più tecnologica del momento. Non dobbiamo mai perdere di vista il nostro obiettivo: incidenti zero il prima possibile».

La carrozzeria da grande Suv della EX90 ha portato i designer ad affinare ogni possibile elemento che non fosse a favore di aerodinamica. Così, oltre alla griglia quasi completamente chiusa, i progettisti hanno realizzato per il modello cerchi a bassa resistenza, maniglie a filo e montanti il più possibile affogati nella carrozzeria. Marchio di fabbrica Volvo è, poi, la fanaleria a sviluppo verticale, rivista per la EX90 in due elementi separati con la parte alta segmentata ma, assicura Mayer, «ancora altamente riconoscibile anche di notte».

Numerosi elementi di somiglianza tra Concept Recharge ed EX90 si trovano nell'abitacolo. «L'impo-





The choice of colours and materials were influenced by technical fabrics and sustainability. There are many natural woods inside the car, as well as resins, while carpets, headlining and part of the seats are made from recycled plastic, present in the cabin in an overall amount of 48 kilograms.

Tessuti tecnici e sostenibilità hanno influenzato la scelta di colori e materiali. Sono molti i legni naturali all'interno della vettura, così come le resine, mentre tappetini, cielo e parte dei sedili sono realizzati con plastica riciclata, presente nell'abitacolo in una quantità pari a 48 chilogrammi.

stazione generale è rimasta la stessa – spiega Lisa Reeves, capo del design degli interni di Volvo –. I due display sono nella medesima posizione (orizzontale per la strumentazione da 11 pollici, verticale per l'infotainment al centro della plancia da 15 pollici) e regna un senso di modernità, pace e tranquillità grazie a colori chiari, materiali riciclati, tanta luce nell'abitacolo e l'attenzione ai dettagli tipica del design scandinavo». A proposito di sostenibilità la EX90 è equipaggiata con materiali naturali come resine e legno e ci sono 48 chilogrammi di plastica riciclata, la maggior parte proveniente da bottiglie di PET, utilizzata da Volvo per tappetini o altri rivestimenti. «Per accrescere l'atmosfera gli inserti in legno sono retroilluminati e viaggiare di notte è un'esperienza davvero unica», continua Lisa Reeves, sottolineando che il minimalismo scandinavo rimane al centro della filosofia stilistica Volvo, nonostante qualche piacevole



colpo di scena. La stessa essenzialità che è stata ricercata nello sviluppo della user experience, come racconta Thomas Stovicek, Head of UX di Volvo: «Abbiamo scelto di mostrare al conducente solo il necessario e al momento giusto. Sarà lui a decidere se vorrà aggiungere o togliere informazioni e potrà sfruttare anche un grande Head Up Display dove visualizzarle. Il vero lusso oggi è poter scegliere anche di concentrarsi sull'essenziale sapendo che, all'occorrenza, puoi avere tutto». ■■■

VOLVO EX90 DESIGN TEAM

- Robin Page - Head of Design, Volvo Cars
- T. Jon Mayer - Head of Exterior Design
- Lisa Reeves - Head of Interior Design
- Thomas Stovicek - Head of UX Design
- Owen Ready - Head of Strategic & Brand Design
- Dan Fidget - Head of Color & Material Design

Exterior Design:

- Örjan Sterner - Exterior Design Manager, Exterior
- Eric Beak - Lead Exterior Designer EX90
- Sten Häggblom - Senior Exterior Expert Designer
- Gaurang Nagre - Senior Exterior Designer
- Ole-Kristian Bjerke - Exterior Design Manager, Components
- Berk Keskin - Exterior Design Manager, Lighting
- Marcus Nilsson - Senior Exterior Lighting Designer (Headlamp)
- Björn Hayden - Senior Exterior Lightning Designer (Tail lamp)

Interior Design:

- Matt Hunt - Interior design manager
- Niklas Palm - Interior design manager
- Guglielmo Guiglia - Lead Interior designer
- Mats Utteberg - Senior interior designer
- Thibaud Porcherot - Interior designer

C&M:

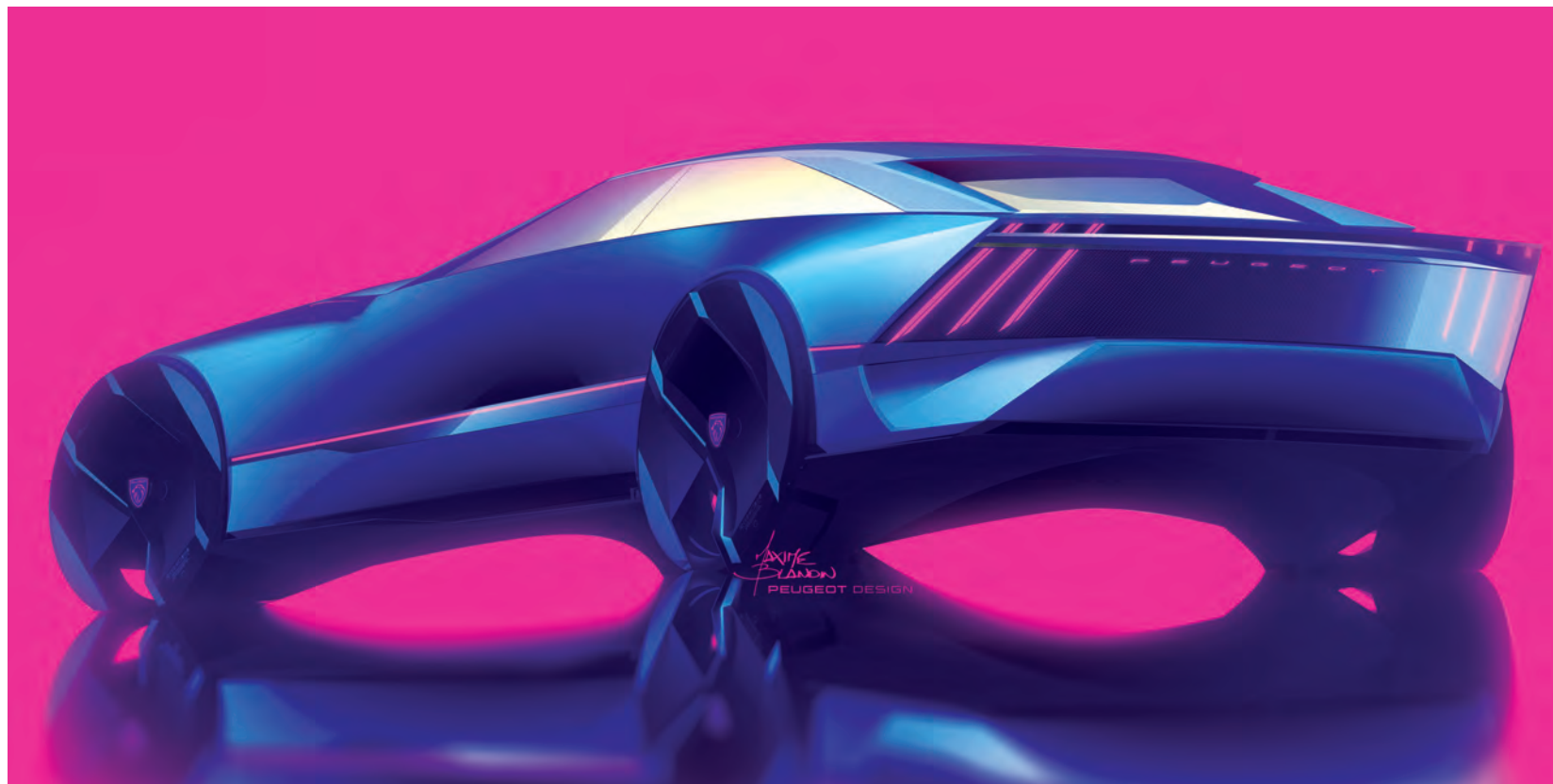
- Marie Stark - Senior Design Manager
- Thea Burlin - Design Manager
- Erik Edholm - Head of C&M Studio Engineering
- Martin Axelsson - Program Studio Engineer
- Emma Mattison - Program Studio Engineer

UX Design:

- Jorge Furuya - Head of Car UX
- Anna Arasa - Design Manager Systems Design
- Pelin Arslan - Design Manager Driver Information
- Gorm Taube - Lead Visual Designer
- Linus Segarund - Sr. Visual Designer for Systems



A GRITTY BEGINNING



Silvio jr Suppa

With the exception of the classic cat-like flavour that emerges from the bright 'claws' on the front and the low, sleek silhouette, the latest Lion prototype experiments with a design approach that has never looked so far into the future. Even the name, from the Latin 'inceptio' (start, beginning), signs up to a manifest desire for renewal. "It was unveiled at the CES in Las Vegas precisely because it packs a powerful technological punch, combined naturally with a desire to respect the planet", says Matthias Hossann, head of Peugeot styling since 2020.

Behind the creative process are a number of technical features capable of upending convention. First and foremost, the zero-emission STLA Large platform "truly allows unheard of engineering freedom" and is exploited to construct volumes typical of electric cars, but revisited: the enormous windscreen, for example, creates a projecting "dome" effect that gives some dignity



back to an otherwise short bonnet. So the task of ennobling the front volume is no longer entrusted to the might of a bulky combustion engine, but rather to

the multi-coloured glazing. "This is Narima® multichroic glass, also used by NASA, which is able to filter the sun's rays and generate reflections that are

almost amber on the outside and surprisingly cool on the inside", the designer continues.

Moreover, since "light penetrates the passenger compart-

A number of details can be picked out in the renderings on this page, including the rear light clusters that seem to multiply indefinitely through a play of glass, later enhanced in the final incarnation. The aggressive nose and sleek profile offer reminders of Peugeot history.

Nei rendering di questa pagina si percepiscono alcuni particolari, tra cui i gruppi ottici posteriori che paiono moltiplicarsi all'infinito per merito di un gioco di cristalli, in seguito magnificati nella realizzazione finale. Muso aggressivo e profilo slanciato restano un richiamo alla storia Peugeot.



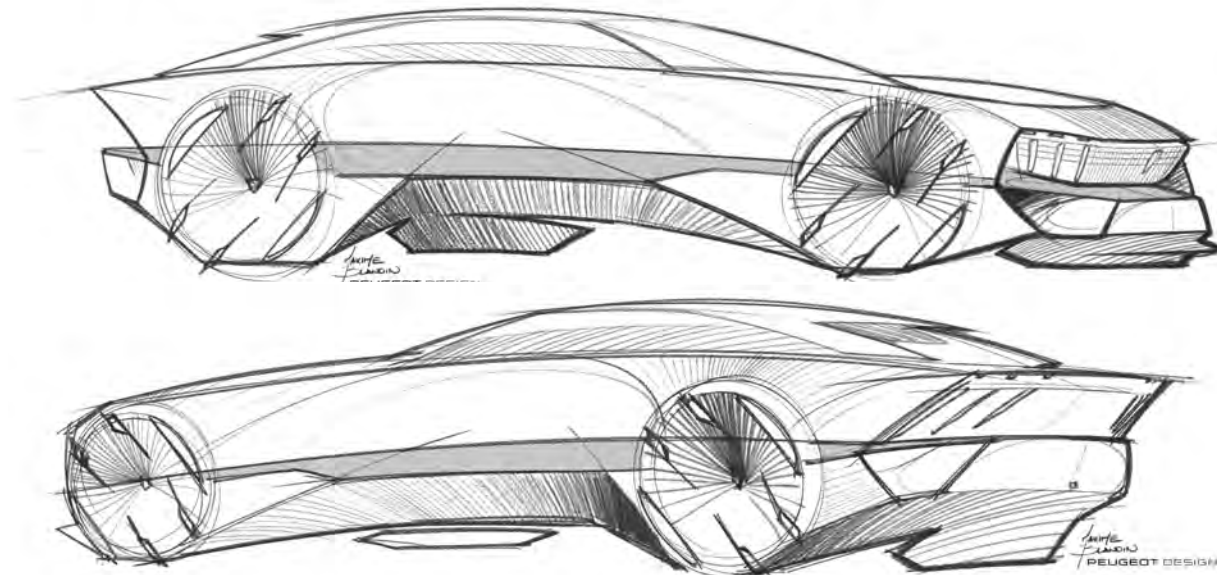
The final forms are already evident in some of the sketches. The wheels are intriguing: they are designed on an axial symmetry, as on the current production 408. On the prototype they display a static rather than a rotating logo.

Alcuni bozzetti già rivelatori delle forme finali. Assai interessanti i cerchi: appaiono da subito disegnati secondo una direttrice assiale, come sulla 408 di attuale produzione. Per il prototipo sono arricchiti con un logo fisso anziché rotante.

ment differently depending on the time of day and always with a particular luminescence", almost prismatic, the reverberations play on the surfaces, seeming to replace traditional finish. The embossed plastic that trims ordinary cars is replaced here by exposed sheet metal ("made of specially galvanised steel") that becomes a canvas for lighting effects. Not only that: "the metal receives only one layer of paint, so as to reduce the use of solvents".

The same intention of stripping the inessential from spaces is evident in the seats, which externally mount the bags usually concealed in the padding for lumbar adjustment, adopting a sort of bare 'quilt' at shoulder height. This approach, in addition to constructing a geometric, architectural-type set-up, "fully meets ecological requirements by making it easier to replace components in contact with passengers, thus prolonging the vehicle's life potential", continues Hossann.

It is no coincidence that, together with the concept, Peugeot has introduced a programme whereby in future, the average lifespan of models will extend to twenty-five years instead of the current fifteen, with the consequent adoption of solutions that will make it easier for the car to change hands. Constantly updated software can be managed through the Hypersquare steering wheel and the Halo Cluster circular screen, which together "constitute the next-gen i-Cockpit".

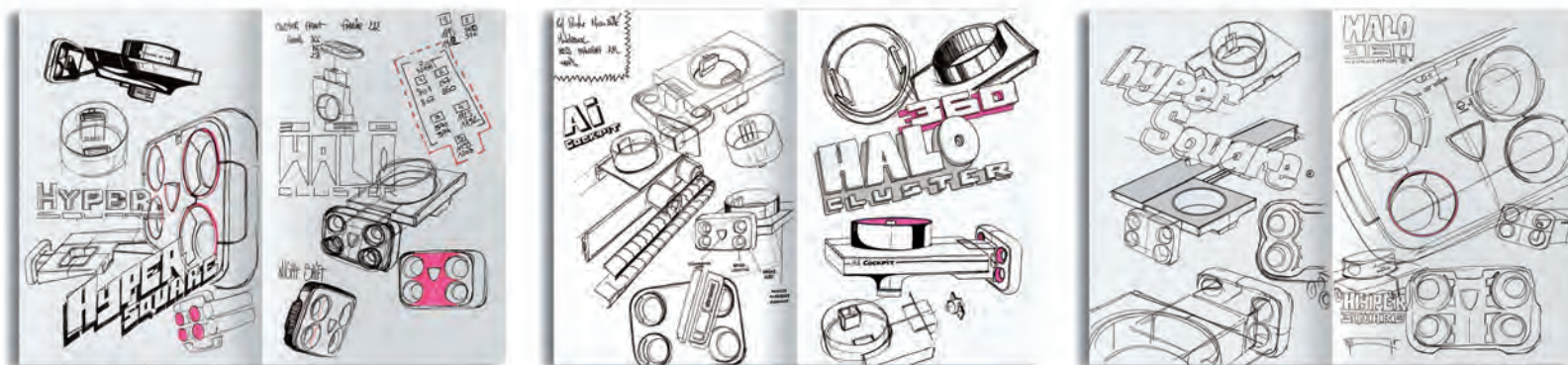


Matthias Hossann (born in 1980) has led Peugeot styling since 2020. Below, with him among others are Philippe-Emmanuel Jean (Concept Stratégie project leader), Nicolas Brissoneau (head of exterior design) and Jean-Pierre Ploué (design director Stellantis Europe).

Matthias Hossann (classe 1980) guida lo stile Peugeot dal 2020. Sotto, insieme a lui si distinguono fra gli altri Philippe-Emmanuel Jean (capo progetto Concept Stratégie), Nicolas Brissoneau (responsabile degli esterni) e Jean-Pierre Ploué (direttore del design Stellantis Europe).

And the bodywork? It seems to enjoy confusing the observer, now with the futuristic Skyspace glass area of over seven square metres, now with a side view that obeys the canons of a luxury saloon ("but with a very high belt-line so that passengers feel as safe as in an SUV"). Standing out from it all is the Fusion Mask front end, where the visual identity and the driver assistance sensors are packed in a single full-width element, as on other Stellantis proposals. In the side view, finally, the wheels that integrate aerodynamic textile inserts play counterpoint to the black Tech Bar profiles in which additional sensors and battery charge indicators are embed-



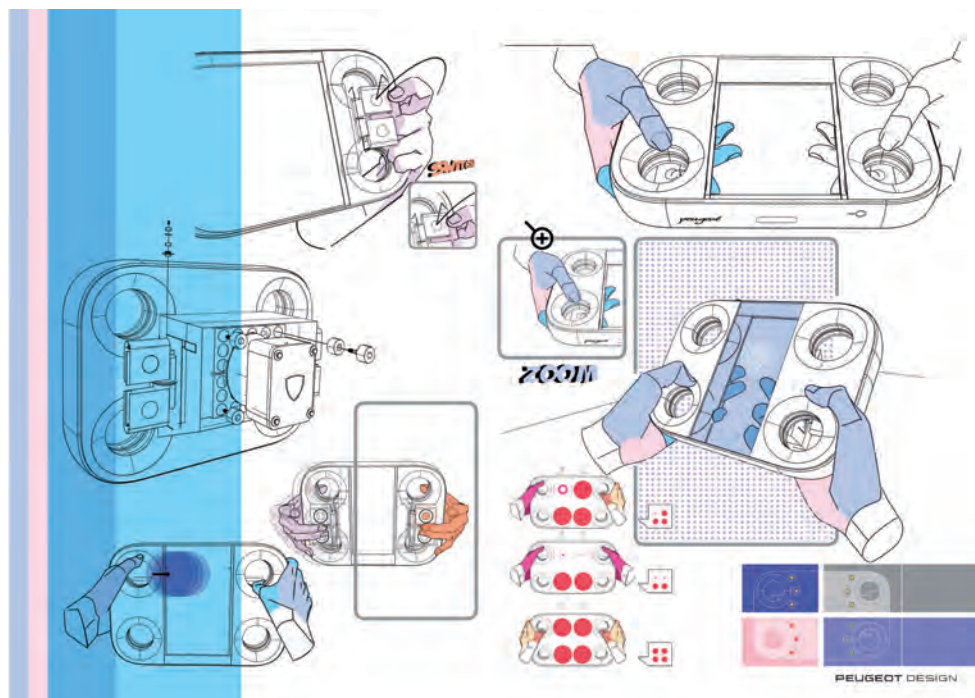


ded, allowing room for high-impact sills. A mosaic of codes that, with the addition of the three further claws on the tail, will debut in the production series from 2025: for a juicy, gritty new beginning. ■■■

UN INIZIO GRAFFIANTE

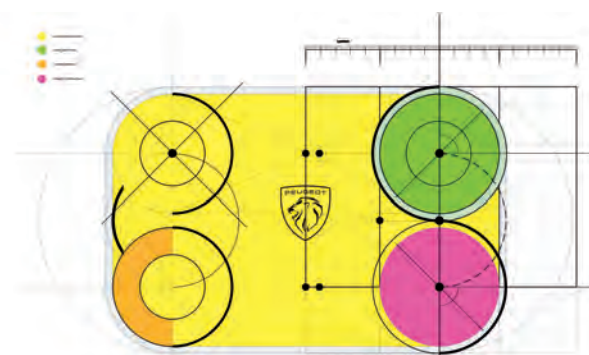
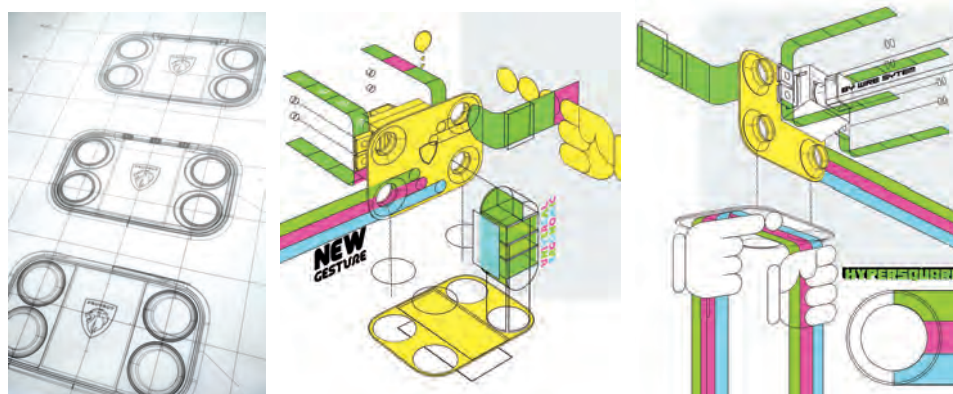
Se si eccettua il classico gusto felino che appare negli "artigli" luminosi sul frontale, nonché nella silhouette bassa e affilata, l'ultimo prototipo del Leone sperimenta un cammino progettuale mai tanto proiettato nel futuro. Perfino il nome, dal latino "inceptio" (avvio, principio), marca una smaccata volontà di rinnovamento. «È stato presentato al CES di Las Vegas proprio perché raccoglie un'enorme carica tecnologica, naturalmente accostata al desiderio di rispettare il Pianeta», sottolinea Matthias Hossann, dal 2020 a capo dello stile Peugeot.

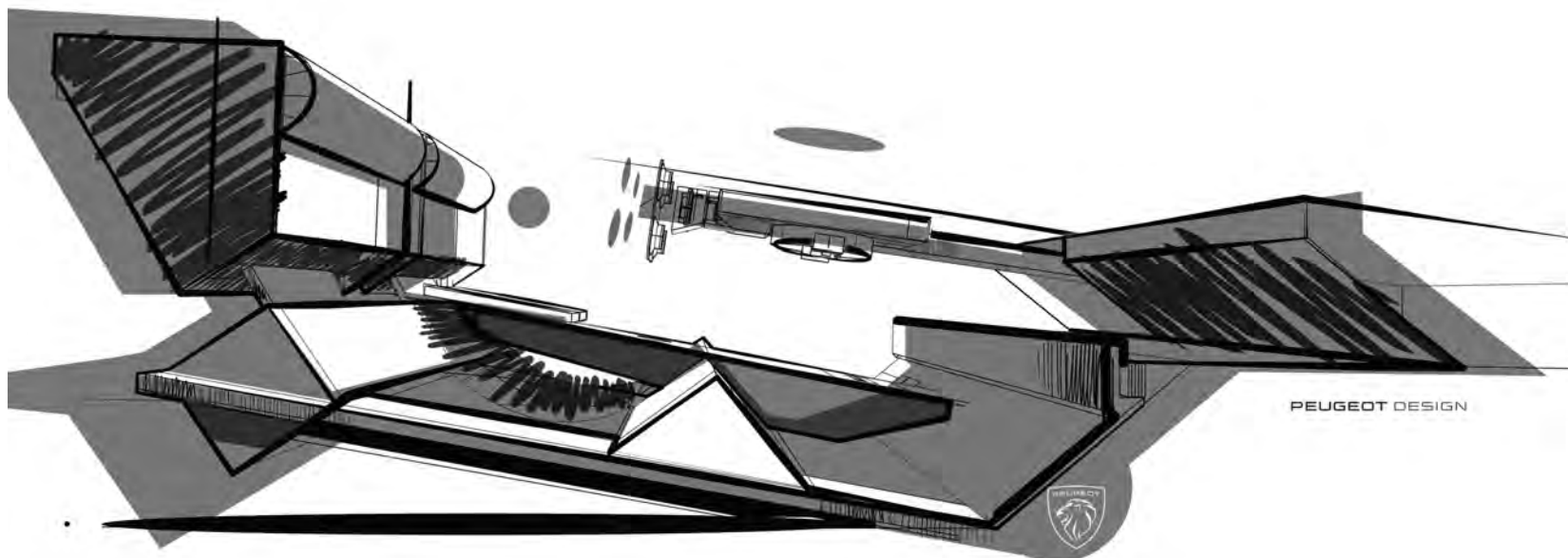
Alla base del processo creativo, diversi di elementi tecnici capaci di sovvertire le convenzioni. Anzitutto la piattaforma a zero emissioni STLA Large «consente davvero una libertà d'ingegneria inedita» e viene fruita per costruire volumi tipici dell'elettrico, ma rivisti: l'enorme parabrezza, per esempio, crea un effetto "cupola" aggettante che si risolve in nuova dignità per un cofano altrimenti corto. Così il compito di nobilitare il volume anteriore non risulta più affidato



Gathering the controls around four easy-to-grip holes, the Hypersquare transforms the steering wheel into an active surface, thanks to the drive-by-wire system that makes total rotation unnecessary. Below are Guillaume Lemaître (head of advanced interior design) and Maude Rondot (manager of colour&trim).

Raccogliendo i comandi intorno a quattro fori di facile impugnatura, l'Hypersquare trasforma il volante in una superficie attiva, grazie al drive-by-wire che ne rende superflua la rotazione totale. Sotto Guillaume Lemaître (a capo del design avanzato degli interni) e Maude Rondot (responsabile del colour&trim).





alla possanza di un ingombrante motore termico, bensì alla variopinta prorompentezza del cristallo.

«Si tratta di vetro multicroico Narima® impiegato anche dalla NASA, in grado di filtrare i raggi solari e restituire riflessi quasi ambrati all'esterno e sorprendentemente freddi all'interno», continua il designer. Inoltre, poiché «la luce penetra nell'abitacolo in maniera diversa a seconda degli orari e sempre con una luminosità particolare», quasi prismatica, i riverberi animano le superfici sostituendo idealmente gli elementi di finitura tradizionali. Alle plastiche goffrate di cui sono bardate le vetture comuni, qui subentrano lamiere a vista («in acciaio galvanizzato appositamente») che divengono una tela per gli effetti disegnati dalla luce. Non solo: «il metallo riceve un solo strato di vernice, al fine di ridurre l'uso dei solventi».

La medesima intenzione di denudare dell'inessenziale gli spazi si palesa nei sedili, che montano esternamente le sacche di solito celate nell'imbottitura per la regolazione lombare, adottando all'altezza delle spalle una sorta di "materasso" non rivestito. Tale impostazione, oltre a costruire un insieme geometrico che ricorda un'architettura, «risponde appieno alle esigenze ecologiche in quanto permette di sostituire più facil-

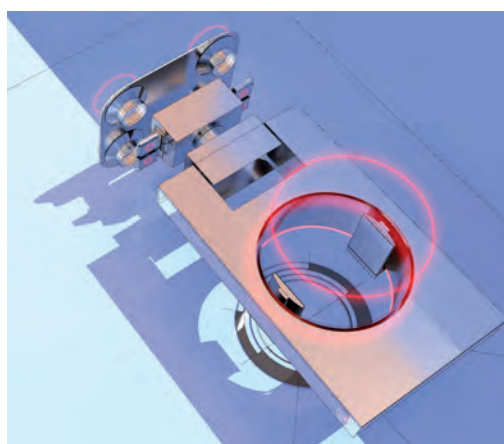


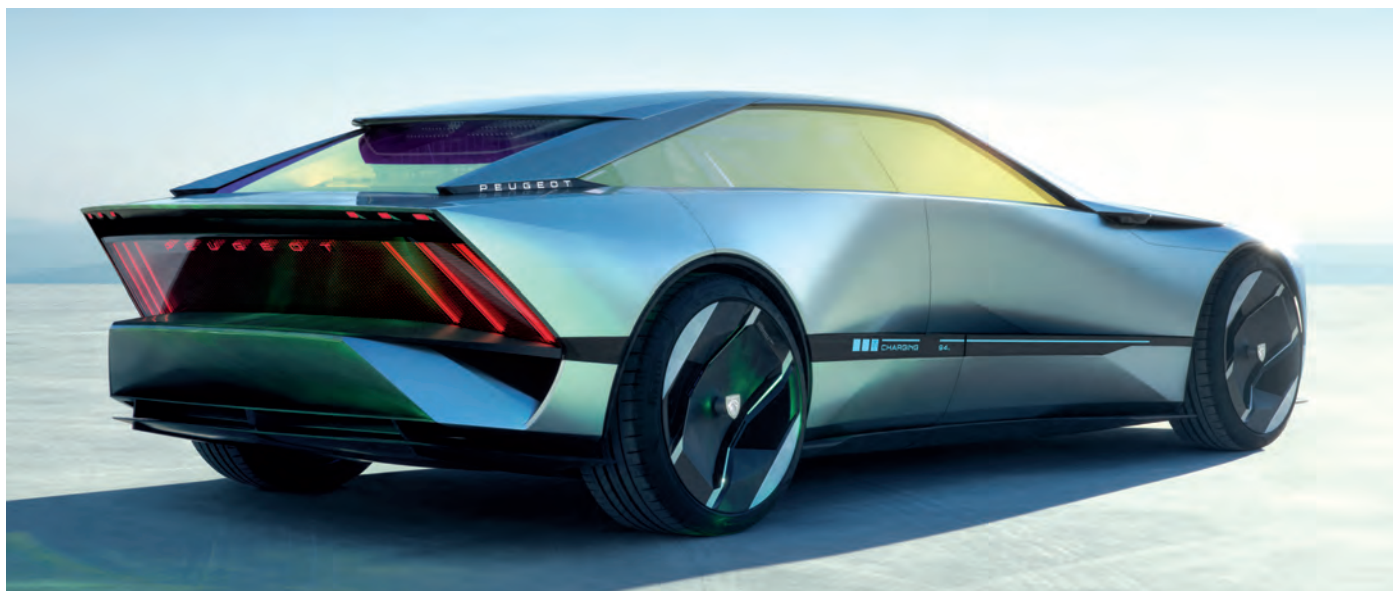
Above, a sketch showing the front seats with their ergonomic and minimalist geometry. Here, from the right, Matthias Hossann, Guillaume Lemaître, Maxime Blandin (exterior) and Mike Loth (wheel designer).

In alto, uno schizzo in cui i sedili anteriori risultano stilizzati in una geometria ergonomica e minimale. Accanto, da destra, Matthias Hossann, Guillaume Lemaître, Maxime Blandin (esterni) e Mike Loth (designer dei cerchi).

Below, in the sequence from the left:

Nella sequenza in basso, da sinistra: Guillaume Lemaître, Sébastien Criquet (head of advanced interior design), Gérard Ferdinand (in charge of concept design), Bastien Delamarre (CAO exterior), Criquet again, Linda Jackson (Peugeot CEO), Jérôme Micheron (product director), Guillaume Daniel (interior), Maud Rondot (colour&trim).





In the final concept, the Skyspace glass surfaces turn amber on the outside. While the charging socket is concealed in a small front bonnet (the Aero Tech Deck), the most signature proportion is the ratio of the approximately 5-metre length to the height of just 1.34 metres.

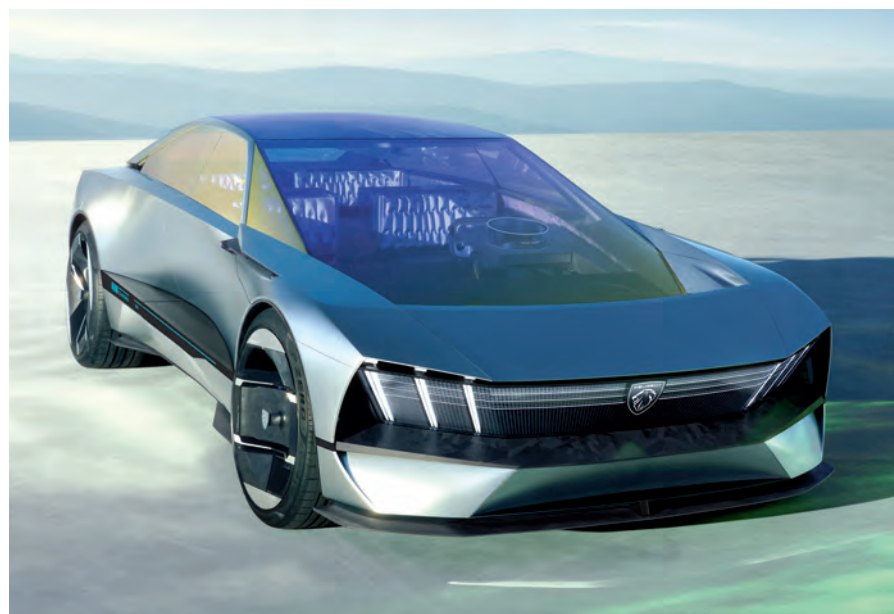
Sulla concept definitiva, all'esterno le superfici in cristallo Skyspace virano verso una colorazione ambra. Se la presa di ricarica si cela in un piccolo cofano anteriore (l'Aero Tech Deck), la proporzione più caratterizzante resta il rapporto fra i circa 5 metri di lunghezza e gli appena 1,34 di altezza.

mente i componenti a contatto con i passeggeri, prolungando la vita potenziale dell'auto», continua Hossan.

Non a caso, congiuntamente alla concept, Peugeot ha introdotto un programma secondo cui, in avvenire, la durata media dei modelli si estenderà fino a venticinque anni in luogo degli odierni quindici, con conseguente adozione di soluzioni che facilitino i passaggi di mano. Un software sempre aggiornato si può infatti gestire attraverso il volante Hypersquare e lo schermo circolare Halo Cluster che, insieme, «costituiscono l'i-Cockpit di prossima generazione».

E la carrozzeria? Gioca a confondere l'osservatore ora con la futuribile superficie vetrata Skyspace da oltre sette metri quadri, ora con una vista laterale

acquattata sui canoni di una berlina di lusso («ma dotata di una cintura molto alta perché i passeggeri si sentano sicuri come su una Suv»). Su tutto spicca il frontale Fusion Mask, ove l'identità visiva e l'apparato per l'assistenza alla guida si amalgamano in un solo ampio elemento a tutta larghezza, come già su altre proposte del gruppo Stellantis. Nella vista laterale, infine, le ruote che integrano elementi aerodinamici tessili contrappuntano i profili neri Tech Bar in cui vengono annegati ulteriori sensori e gli indicatori di carica delle batterie, concedendo spazio a brancardi di grande impatto. Un mosaico di codici che, con l'aggiunta degli ulteriori tre artigli sulla coda, esordiranno nella grande serie dal 2025: per un succulento, graffiante nuovo inizio. ■■■



In the passenger compartment, brightness takes on a visibly cooler tone. Prominent among the design details are the headlamps and, bottom right, the Halo Cluster and Hypersquare. The Aerorim wheels, on the other hand, alternate textile materials and a micro-perforated finish, with glass-covered brake calipers.

Nell'abitacolo la luminosità assume un tono visibilmente più freddo. Fra i dettagli del progetto spiccano le fanalerie e, in basso all'estrema destra, l'Halo Cluster e l'Hypersquare. I cerchi Aerorim, invece, alternano materiali tessili e finitura microforata, con pinze freni rivestite in vetro.





CAR DESIGN AWARD 2023

www.cardesignaward.org

HERE ARE THE FINALISTS

Concept Cars

Alpine Alpenglow
Audi Urbansphere
Cupra UrbanRebel
Dacia Manifesto
GAC Car Culture #1
Genesis X Convertible
Hyundai N 74 Vision
Mercedes-Benz Vision AMG
Renault R5 TURBO 3E
Toyota bZ Compact SUV

Production Cars

Bentley Batur
BYD Atto 3
Ferrari Purosangue
GAC Aion Hyper GT
Jeep Avenger
Maserati GranTurismo
Peugeot 408
Polestar 3
Toyota Prius
Volvo EX90

Brand Design Language

BMW
Ferrari
Hyundai
Kia
Toyota

STAY TUNED AND DISCOVER THE 2023 WINNERS

APRIL 19 - ADI DESIGN MUSEUM - MILAN DESIGN WEEK 2023

Car Design Award is organised by **Auto&Design** in partnership with **brembo** and in collaboration with



EUROPEAN TOUCH

Fabio Galvano

He admits it: the step was a big one. From brands rich in history, tradition and charm, but with decidedly more modest numbers, to an automotive giant. Julian Thomson, however, doesn't seem worried, on the contrary he shows off combative intentions. After a long career that featured first Lotus - he was the one who designed the Elise - and then Jaguar, where he successfully changed the face of the brand with Ian Callum, he landed at General Motors with the demanding task of giving a European twist to the brands of the American group. "A little over a year ago - he says - I was contacted by GM Vice-president of Global Design, Michael Simcoe, with the idea of opening an advanced design centre in Europe, intended to encourage a more global input to the group's design."

No sooner said than done. The work is already well under way and in the heart of summer the 15 designers gathered so far by Thomson will number around forty when the studio, equipped with state of the art digital facilities, will open its doors in the heart of industrial England, in the Coventry region. "General Motors - he explains - has never hidden the plan to relaunch itself in Europe, after the sale of Opel-Vauxhall, especially in the field of electric vehicles. But not only in Europe. We already have advanced design studios in Korea, China and California, as well as the main one in Detroit. We are here as a complement to the common effort, because obviously European design and taste are different from American ones and can serve to improve the global prospects for GM design. With a European input, but without limiting ourselves to thinking about sales in Europe."

Thomson doesn't say it, but the birth of his studio could foreshadow an epochal turning point in GM design, which is structured around the four main brands: Chevrolet, GMC, Cadillac and Buick. He may not say, but admits that any design group nowadays needs a global footprint if it truly intends to cater to an international clientele: "Even an American or a Chinese could appreciate a European touch. For this we must, as Europeans, develop our ideas and even challenge the status quo of the American design house."

It remains to be seen what weight the European slender team will have in the face of GM's thousand design employees. It is true that advanced design is by definition one step ahead of traditional design groups and can therefore have a profound influence on their products, but it is also true that the driving force of the existing structure will not be easy to change. Thomson, however, is confident: "Our task will be to educate ourselves and learn about the GM brands and



After a long and brilliant career in the British automotive world, where he reached the top with Lotus (he is the "father" of the Elise) and with Jaguar (with Ian Callum he was able to transform the brand by bringing it up to date), Julian Thomson joined General Motors a year ago. His task was to create an advanced European studio to give a different touch to Detroit design.

Dopo una lunga e brillante carriera nel mondo inglese dell'automobile, dove ha toccato i vertici con Lotus (è il "padre" della Elise) e con Jaguar (con Ian Callum ha saputo trasformare il marchio portandolo al passo con i tempi), Julian Thomson è approdato un anno fa in General Motors. Suo compito è stato di creare uno studio europeo avanzato per dare un diverso tocco al design di Detroit.

what they represent, but also - respecting them - to challenge them, to be a little rebellious, to gamble a little with some crazy ideas. So far, that prospect has been welcomed by design groups in America, who don't mind the idea of someone upsetting the apple cart. And for me, the opportunity to work with people who want a little craziness and diversity is part of the fun."

Lotus and Jaguar, between sportiness and luxury, which are also reflected in his garage collection which is that of an enthusiast: how will he adapt, for instance, to GMC pick-ups? "Let's not forget that there are also cars like the Corvette and exotic brands like Cadillac: I

will deal with trucks, but also with pearls. I have always been interested in brands with a great tradition and how they evolve in the modern landscape to face all the start-ups and Teslas of this world. I find the mixture of tradition and cutting-edge design very interesting. My design philosophy is to project customer trends and blend them with a brand's history. That's why I have a great desire to work on names like Cadillac or Corvette, but also to contribute to great historical brands like GMC. I have a motivated team, as a leader I have always had the reputation of making creativity fun. Yes, we will have fun." ■■■



UN TOCCO EUROPEO

Lo ammette: il passo è stato grande. Da marchi ricchi di storia, di tradizione e di fascino, ma con numeri decisamente più modesti, a un gigante dell'automotive. Julian Thomson, però, non sembra preoccupato, anzi sfodera propositi battaglieri. Dopo una lunga carriera che ha avuto come punte di diamante prima Lotus - è stato lui a progettare la Elise - e poi Jaguar, dove con Ian Callum ha cambiato con successo il volto del marchio, è approdato in General Motors con l'impegnativo compito di imprimere un guizzo europeo ai brand del colosso americano. «Poco più di un anno fa - racconta - sono stato contattato dal responsabile del design GM, Michael Simcoe, con l'ipotesi di aprire un centro di design avanzato in Europa, destinato a favorire un input più globale al design del gruppo».

Detto fatto. Il lavoro è già a buon punto e nel cuore dell'estate i 15 designer finora raccolti da Thomson saranno una quarantina quando lo studio, dotato delle strutture digitali più moderne, aprirà i battenti nel cuore dell'Inghilterra industriale, nella regione di Coventry. «La General Motors - spiega - non ha mai nascosto il progetto di rilanciarsi in Europa, dopo la vendita di Opel-Vauxhall, soprattutto nel campo dei veicoli elettrici. Ma non soltanto in Europa. Abbiamo già studi di advanced design in Corea, Cina e California, oltre a quello principale di Detroit. Noi siamo qui come complemento allo sforzo comune, perché ovviamente il design e il gusto europei sono differenti da quelli americani e possono servire a migliorare le prospettive globali del design GM. Con un input europeo, ma senza limitarci a pensare alle vendite in Europa».

Thomson non lo dice, ma la nascita del suo studio potrebbe prefigurare una svolta epocale del design GM, che si articola attorno ai quattro brand principali: Chevrolet, GMC, Cadillac e Buick. Non dice, però ammette che qualsiasi gruppo di design, al giorno d'oggi, ha bisogno di un'orma globale se veramente intende soddisfare una clientela internazionale: «Anche un americano o un cinese potrebbero apprezzare



un tocco europeo. Per questo dobbiamo, come europei, sviluppare le nostre idee e persino sfidare lo status quo della Casa America».

Resta da vedere che peso potrà avere il drappello europeo di fronte ai mille addetti di GM. E' vero che il design avanzato è per definizione un passo avanti rispetto ai tradizionali gruppi di design e può quindi avere una profonda influenza sui loro prodotti, ma è anche vero



The first three General Motors concepts of the Halo series (above, and on the left one of the interiors) don't bear Thomson's signature yet, and not even the forthcoming fourth. However, they are a sign of the direction taken in Detroit: the future in terms of European design will remain to be discovered.

I primi tre concept General Motors della serie Halo (in alto, e a sinistra uno degli interni) non portano ancora la firma di Thomson e neppure il quarto di imminente presentazione. Sono tuttavia un segno della direzione intrapresa a Detroit: il futuro in chiave di design europeo sarà tutto da scoprire.

che la forza volano della struttura esistente non sarà facile da modificare. Thomson, tuttavia, è fiducioso: «Nostro compito sarà di educarci e conoscere i marchi GM e che cosa rappresentano, ma anche - rispettandoli - di sfidarli, di essere un po' ribelli, di giocare un po' d'azzardo con qualche idea pazza. Finora tale prospettiva è stata accolta con entusiasmo dai gruppi di design in America, ai quali non dispiace l'idea di qualcuno che rovescia il piatto. E per me l'opportunità di lavorare con gente che desidera un po' di follia e di diversità fa parte del divertimento».

Lotus e Jaguar, fra sportività e lusso, che si riflettono anche nel suo garage che è quello di un appassionato: come si adeguerà ai pick-up GMC? «Non dimentichiamo che ci sono anche auto come la Corvette e marchi esotici come Cadillac: mi occuperò di trucks, ma anche di perle. Mi sono sempre interessati i brand con una grande tradizione e come evolvono nel panorama moderno per affrontare tutte le start-up e le Tesla di questo mondo. Trovo molto interessante la miscela di tradizione e design d'avanguardia. La mia filosofia di design consiste nel proiettare le tendenze dei clienti e fonderle con la storia di un marchio. Ecco perché ho un grande desiderio di lavorare su nomi come Cadillac o Corvette, ma anche di contribuire a grandi marchi storici come GMC. Ho un team motivato, come leader ho sempre avuto la fama di fare della creatività un divertimento. Sì, ci divertiremo». ■■■

PLOT TWIST



Edoardo Nastri

One car, multiple personalities. If the intention of concept cars is to anticipate future shapes and trends, you could say that the latest prototypes of the 'Sphere' family are pointing Audi at the world of transformers: "In a way it's true", says a smiling Marc Lichte, head of Audi design since 2014. "The aim of the Skysphere of 2021 was to express many different characters in a single model: from roadster to grand tourer, even changing its architecture thanks to a 25-centimetre wheelbase extension. The new Activesphere carries on this trend and doesn't shy away from dramatic plot twists."

The first impression of the Activesphere is of a long saloon (4.98 metres) with sinuous lines but with SUV-like ground clearance, off-road driving protection and a coupé-like roofline that slips down over the tapered rear. These features would also offer a good description of a multifunctional model, but here's the twist: a 'tap' is all it takes to transform the Activesphere into a pickup. The



rear window lifts up to take its place on the roof, while the tailgate folds down and a glass panel closes off access to the passenger compartment - and there you have it. "Isn't it amazing?", says Lichte, pointing out that the entire project is the work of the Malibu Audi Design Studio headed by Gael Buzyn. "The inspiration came from California itself, where the climate allows you to go surfing after reaching the beach in a Land

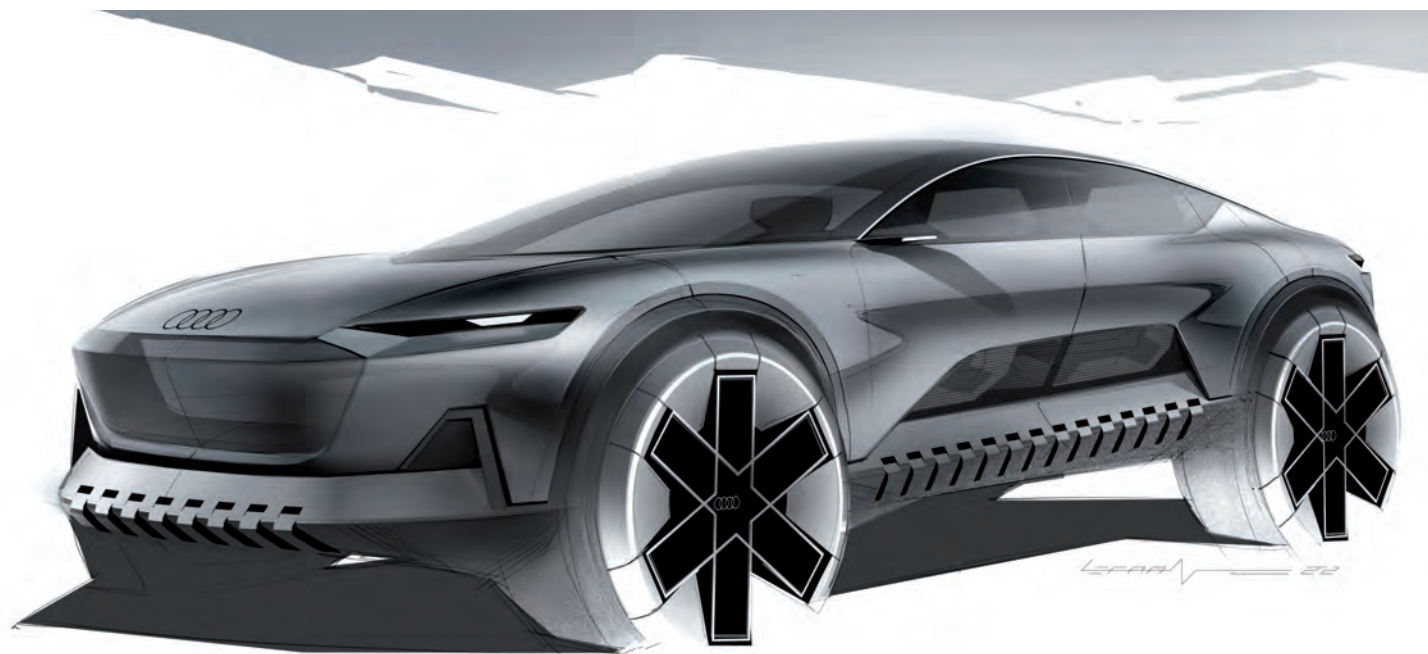
Rover Defender or a Mercedes G-Class, while for evening dates it's better to opt for a more elegant A7", explains Charles Lefrenc, lead designer at Activesphere. "So we set ourselves the goal of creating a concept car that brings this all together: perfect for getting to the beach, as practical as a pickup with a washable body, as elegant as only an Audi can be."

Underpinning the Activesphere is the EPP, the new platform

Part saloon, part coupé, part pick-up. A model with a thousand personalities, the Activesphere is the latest concept car in Audi's 'sphere' family, following the Skysphere, Grandsphere and Urbansphere. The concept anticipates the content of a production model that will arrive in the next few years.

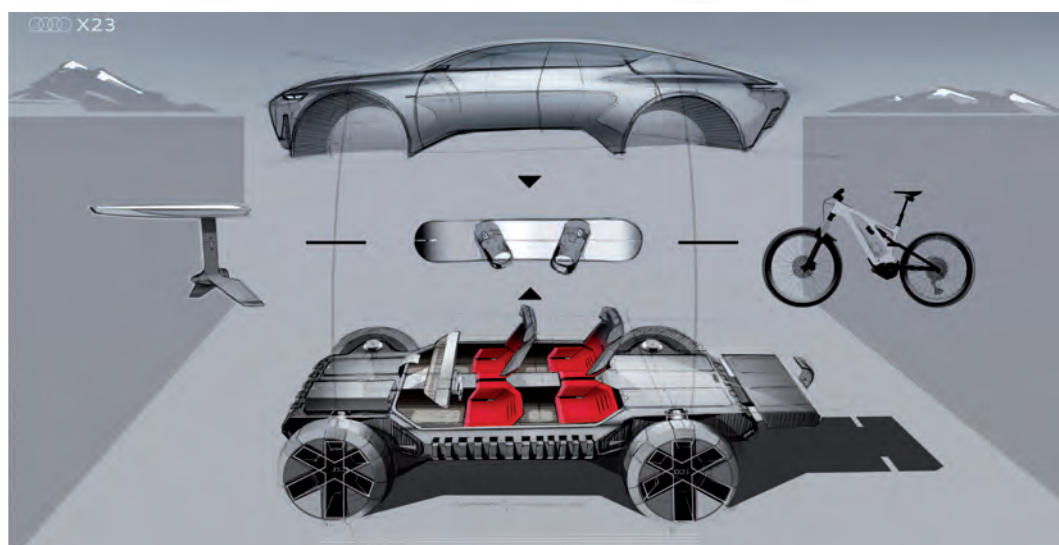
Un po' berlina, un po' coupé, un po' pickup. La Activesphere, modello dalle mille personalità, è l'ultima concept car della famiglia "sphere" di Audi, dopo Skysphere, Grandsphere e Urbansphere. La concept anticipa contenuti di un modello di serie che arriverà nei prossimi anni.

developed by Audi and Porsche for the Volkswagen Group's premium EVs. "Compared to the Meb, we have more freedom to express ourselves because there is more space and we are able to exploit every single centimetre", explains Lichte, pointing at the bonnet. "There is nothing under here: the two electric motors have been installed on the two axles and so we have recovered more useful space. A solution



The Activesphere was designed at the Audi Design Studio in Malibu, directed by Gael Buzyn, and can be transformed into a pickup truck: the rear window slides lengthwise to overlap the glass roof, while the lower section of the tailgate folds down without the C-pillars having to be modified.

La Activesphere è stata disegnata presso l'Audi Design Studio di Malibu diretto da Gael Buzyn e può trasformarsi in un pickup: il lunotto scorre longitudinalmente, andando a sovrapporsi al tetto in cristallo, mentre la sezione inferiore del portellone si abbatte senza che i montanti C subiscano alterazioni.

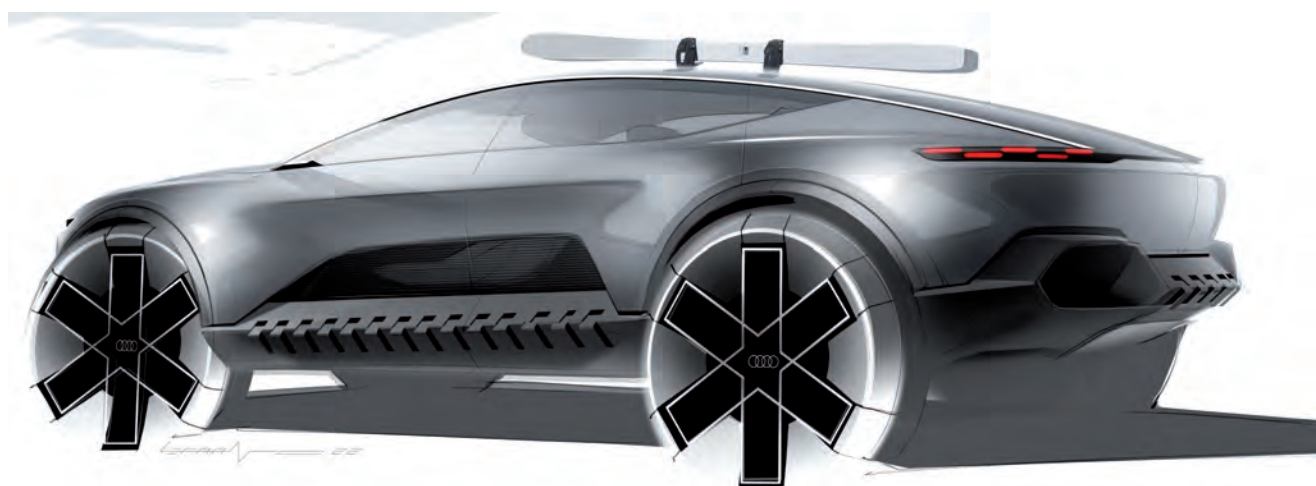


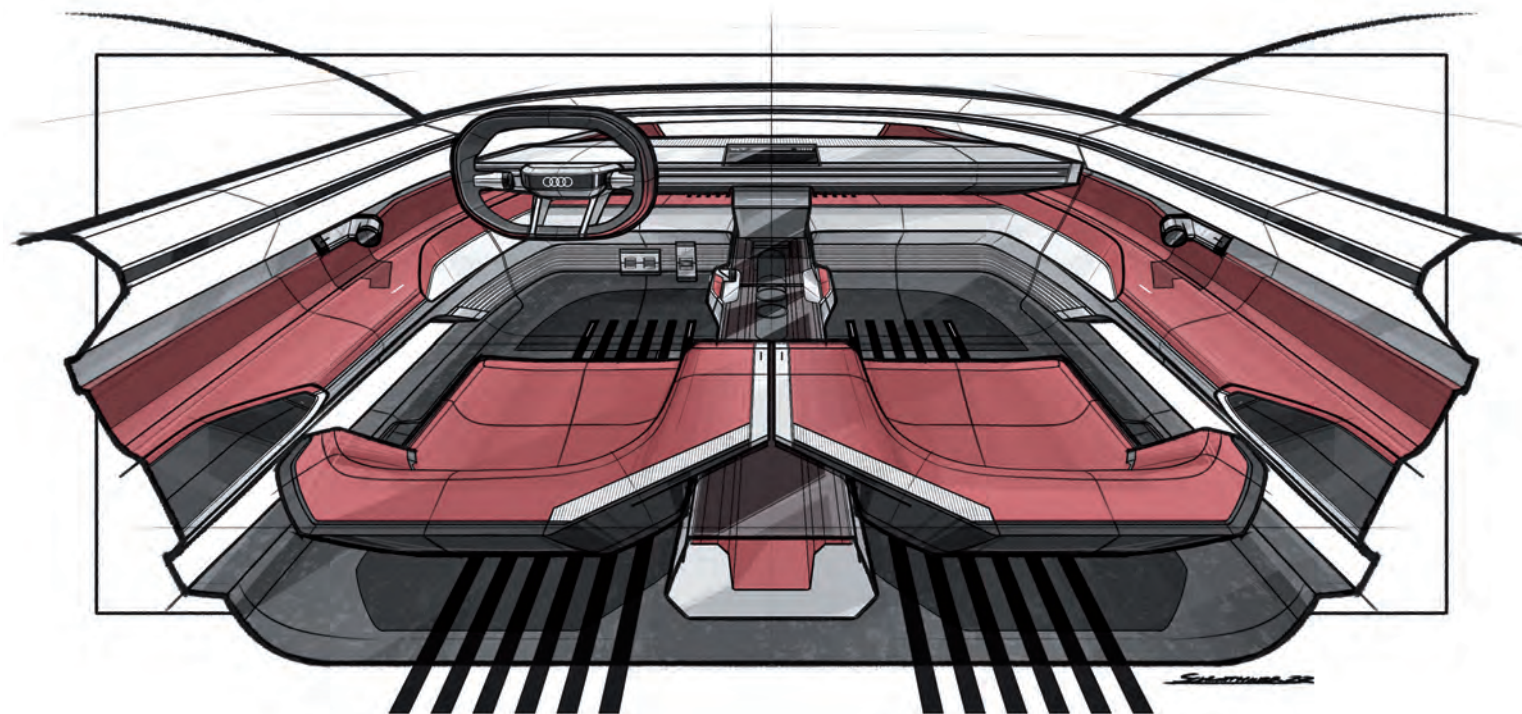
that allowed the designers to get to work on the Audi Single Frame, inaugurated in 2004 by Walter De Silva's A6: "This Audi symbol is evolving with electrification and on the Activesphere the grille has given way to a transparent, high-strength surface. An idea that brings more light into the cabin while maintaining a strong identity", says Lefrenc.

The result is an unusual view from the driver's seat: the now empty front engine compartment becomes to all intents and purposes part of the cockpit and a space that can be used for the projection of augmented reality infotainment. The interior of the Activesphere is devoid of large displays; the horizontal lines of the dashboard are reminiscent of a soundbar and the column-less steering wheel (steer-by-wire)

"Have you ever seen a saloon that turns into a pickup truck? It's brilliant". This is how Marc Lichte, head of Audi design since 2014 (right), describes the Activesphere concept.

"Avete mai visto una berlina che si trasforma in un pickup? È geniale". Così Marc Lichte, capo del design Audi dal 2014 (a destra), descrive la Activesphere concept.





With this model Audi inaugurates a new design season for its interiors. The cabin is conceived as an open, customisable space with minimalist styling. Particularly striking is the total absence of instrument and infotainment displays.

Con questo modello Audi inaugura una nuova stagione stilistica per i suoi interni. L'abitacolo è concepito come uno spazio aperto e personalizzabile, dallo stile minimalista. Colpisce, in particolare, la totale assenza di display per strumentazione e infotainment.

disappears when autonomous driving mode (level 4) is activated. "To see a new world, you have to wear Audi's augmented reality glasses that turn the entire cockpit into a three-dimensional cinema", explains Sid Odedra, head of Ux Design at Audi. The functionalities are controlled by gestures and include every single setting of the car: from the navigation system to entertainment, from charging data to battery status, from temperature to driver and passenger biometric data. "Here's yet another twist: we boosted the functions by reducing panels and physical buttons with a sleek, minimalist, sustainable approach. This is the future of Audi design", concludes Lichte. ■■■

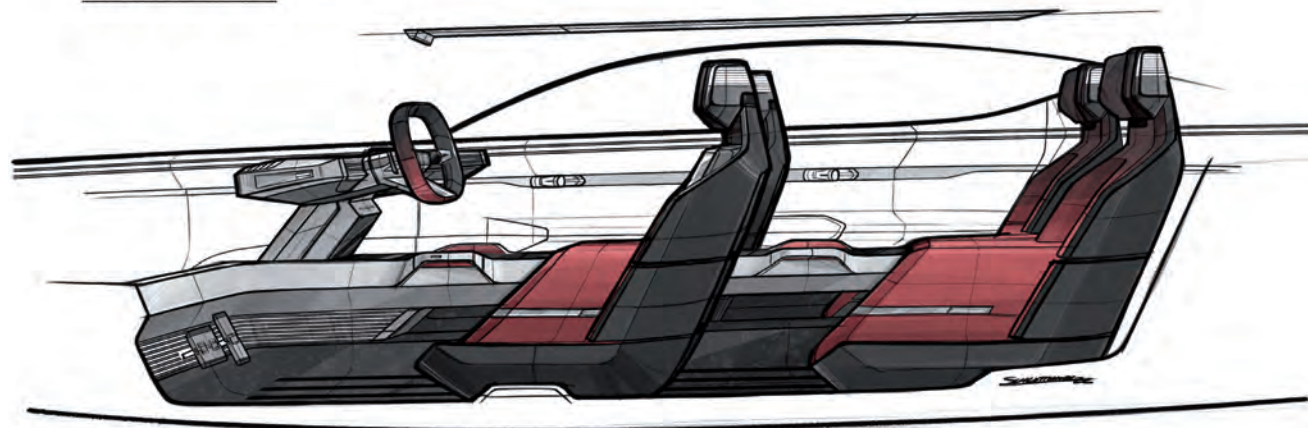


COLPO DI SCENA

Un'auto, tante personalità. Se le concept car hanno il compito di anticipare forme e tendenze del futuro, si può dire che Audi con gli ultimi prototipi della famiglia "Sphere" stia guardando al mondo dei transformers: «In un certo senso è vero», dice sorridendo Marc Lichte, capo del design Audi dal 2014. «La Skysphere del 2021 voleva esprimere tanti caratteri diversi in un solo modello: dalla roadster alla gran turismo, cambiando addirittura la propria architettura grazie al passo allungabile di 25 centimetri. La nuova Activesphere porta avanti questo trend e non rinuncia ai colpi di scena».

A prima vista la Activesphere appare come una lunga berlina

 Active Sphere Concept



Concept Explained

Concept car 2021-22
Key Features:
- All-terrain driving mode
- 100% electric powertrain
- 100% electric powertrain
- 100% electric powertrain
- 100% electric powertrain



The showcar sees the debut of the Audi Dimension, the innovative on-board information management concept. At the heart of the system, which combines the physical and virtual worlds to create mixed reality, are cutting-edge augmented reality glasses.

La show car porta al debutto l'Audi Dimension, l'innovativo concept di gestione delle informazioni di bordo. Cuore del sistema, che combina mondo fisico e mondo virtuale dando vita alla mixed reality, sono gli avanguardistici occhiali per la realtà aumentata.



dalle linee sinuose (4,98 metri di lunghezza) ma con un'altezza da terra da Suv, protezioni per la guida in offroad e una linea del tetto da coupé che scivola sul posteriore rastremato. Basterebbero queste caratteristiche per descrivere un modello polifunzionale, ma ecco il colpo di scena: basta un "tap" per trasformare la Activesphere in un pickup. Il lunotto si solleva andando a posizionarsi sul tetto, mentre il portellone si ribalta e un pannello in vetro chiude l'accesso all'abitacolo: il gioco è fatto. «Non è stupefacente?», spiega Lichte, sottolineando che l'intero progetto è opera dell'Audi Design Studio di Malibù diretto da Gael Buzyn.

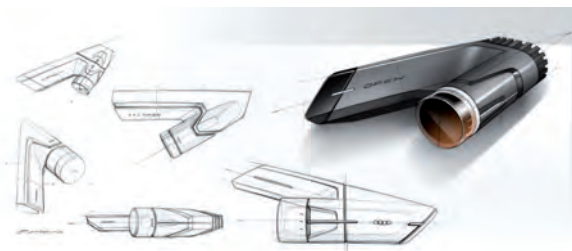
«L'ispirazione è arrivata proprio dalla California, dove il clima ti consente di andare a fare surf tra le onde raggiungendo la spiaggia con una Land Rover Defender o una Mercedes Classe G, mentre per gli appuntamenti serali è meglio scegliere una più elegante A7», spiega Charles Lefrenc, lead designer dell'Activesphere. «Ci siamo quindi posti l'obiettivo di realizzare una concept car che



mettesse insieme tutto questo: perfetta per raggiungere la spiaggia, pratica come un pickup con il cassone lavabile, elegante come solo un'Audi sa essere».

Alla base della Activesphere c'è la PPE, la nuova piattaforma sviluppata da Audi e Porsche per le elettriche di alta gamma del gruppo Volkswagen. «Rispetto alla Meb abbiamo più libertà di

esprimerci perché gli spazi aumentano e siamo in grado di sfruttare ogni singolo centimetro», spiega Lichte indicando il cofano: «Qui sotto non c'è nulla: i due motori elettrici sono stati installati sui due assali e così abbiamo recuperato altro spazio utile». Una soluzione che ha permesso ai designer di mettere mano all'Audi Single Frame, inaugurato nel 2004 dalla



A6 di Walter De Silva: «Questo simbolo di Audi evolve con l'elettrificazione e sulla Activesphere la griglia ha lasciato il posto a una superficie trasparente ad alta resistenza. Un'idea che porta più luce all'interno dell'abitacolo pur mantenendo una forte identità», dice Lefrenc.

La vista dal posto guida è, così, singolare: il comparto motore



anteriore, ormai vuoto, entra a tutti gli effetti a far parte dell'abitacolo e diventa uno spazio utile alla proiezione dell'infotainment a realtà aumentata. Gli interni della Activesphere sono privi di grandi display con una plancia dalle linee orizzontali che ricorda una soundbar e un volante senza piantone dello sterzo (steer by wire) che scompare all'attivazione della modalità di guida autonoma (livello 4). «Per vedere un nuovo mondo bisogna indossare gli occhiali Audi per la realtà aumentata che trasformano l'intero abitacolo in un cinema tridimensionale», spiega Sid Odedra, capo dell'Ux Design di Audi. Le funzionalità si controllano con i gesti e comprendono ogni singola impostazione della vettura: dal sistema di navigazione all'intrattenimento, dai dati di ricarica allo stato delle batterie, dalla temperatura ai dati biometrici di conducente e passeggeri. «Ecco un altro colpo di scena: abbiamo aumentato le funzioni riducendo pannelli e tasti fisici con un approccio elegante, minimalista, sostenibile. Questo è il futuro del design Audi», conclude Lichte. ■■■



The search for materials for the interior was geared towards sustainability. In autonomous drive mode, the steering wheel and pedals disappear into the dashboard whose form is inspired by a soundbar, while the empty bonnet compartment becomes ideal for screening infotainment.

La ricerca dei materiali per gli interni è stata orientata alla sostenibilità. Nella modalità di guida autonoma volante e pedali scompaiono nel cruscotto ispirato nelle forme a una soundbar, mentre il vano del cofano vuoto diventa ideale per proiettare l'infotainment.



WITH ITALIAN FLAIR



Silvio jr Suppa

Refined details, fluid surfaces, and general cleanliness that masterfully loosens the knots of electric architecture, starting with the very short overhangs. While the striking frontal identity of the last two VinFast offerings unfolds through the full-width daytime running lights, which are far more graphic and incisive than in the past, the entire bodywork exudes a sensuality laden with echoes of Italian design. That is, with an almost sporty, but also accessible and reassuring softness.

Following the collaboration with Pininfarina for the previous VF8 and VF9, VinFast now relies on the established Torino Design in its quest for a contemporary creative gesture. "Our ability to produce qualitatively remarkable prototypes, comparable to mass production", points out Roberto Piatti, CEO of the design firm he founded in 2006, underlining the excellence of construction know-



how in the Turin area. Alongside him are the two pre-production cars that have appeared at multiple trade shows in recent months, including CES in Las Vegas, with a view to imminent commercialisation.

Meanwhile, sources at the Vietnamese company tell of an approach that sees several cars commissioned at the same time from as many external designers

in order to speed up their development. As a result, formal standards do not always prove to be consistent across the range. Unlike manufacturers who pursue a policy of overly similar, almost 'matryoshka-like' models, for Vinfast each car expresses its own personality.

Specifically, the VF6 is a B-segment crossover with a less square roof than classic SUVs, but

still with good roominess. Of particular interest is the "corrugated" treatment of the tail: a direct consequence of the very short overhang, the latter defining an unusual play on volumes, vaguely reminiscent of the 1990s. A tasteful solution for a decidedly current need. Overall, the car is also not without dynamism, while a wide chrome profile runs around the windows because

Rounded but striking, the front end's fulcrum is in the dramatic daytime running lights designed as open wings. This approach develops a theme already present in the VinFast range and is common to the new models. The 19" wheels enhance all view points.

Morbido ma d'impatto, l'anteriore trova il suo fulcro nelle scenografiche luci diurne disegnate come ali aperte. Tale impostazione sviluppa un tema già presente nella gamma VinFast e risulta comune ai nuovi modelli. Le ruote da 19" valorizzano tutte le viste.



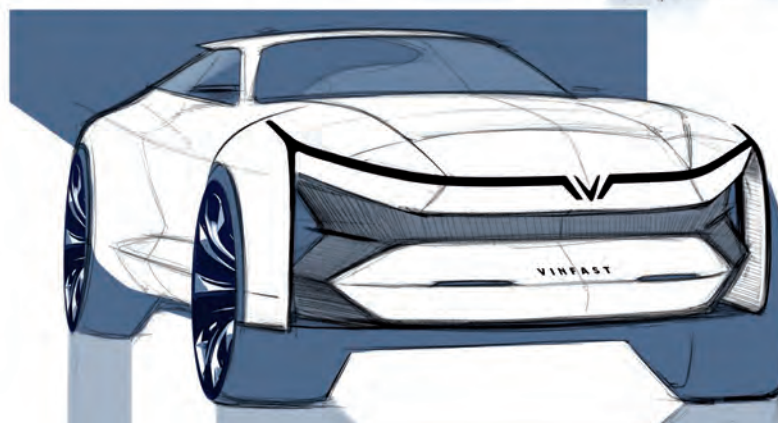
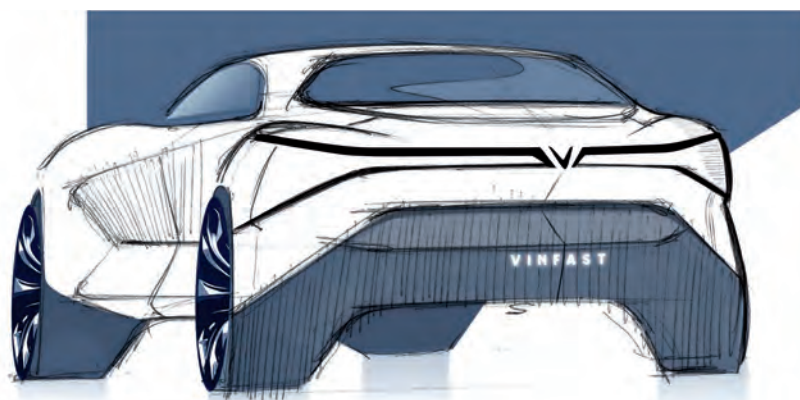
European customers like quality details even on small cars.

In contrast, the larger VF7 has no shiny profile on the windows according to a resolutely modern, very clean styling built on the longer wheelbase. Here the policy of differentiation becomes apparent, with the desire to provide each customer with the best product for their needs. Here plasticity dialogues with more taut portions, especially on the sides, culminating in a rear deeply marked by vertical features with aerodynamic functions.

Inside, both offer a successful evolution of interfaces, which does not contemplate any instrument panel (not even a digital one), completely replaced by the head-up display projected on the windshield. An excellent strategy, if regulations allow its adoption on production models, in order to make each car original, and especially to reduce redundancy while preserving efficiency and beauty. In other words, to somehow perpetuate a typically Italian design intelligence. ■■■

In the initial sketches of the smaller of the two Vietnamese proposals, below and to the right, there appears a formal intention that is decidedly sporty and is found again, although greatly softened, in the production car. A sign of this is the horizontal development of the lines on the tail.

Negli sketch iniziali della più piccola fra le due proposte vietnamite, qui sotto e a destra, appare un'intenzione formale decisamente sportiva che si ritrova, seppur molto edulcorata, nella vettura di produzione. Sintomatica l'orizzontalità delle linee sulla coda.



CON UN PIGLIO ITALIANO

Dettagli affinati, superfici flui-de e una cifra di generale pulizia che scioglie con maestria i nodi dell'architettura elettrica, a partire dagli sbalzi molto corti. Se l'indovinata identità frontale delle ultime due proposte VinFast si dispiega attraverso le luci diurne a tutta larghezza, assai più grafiche e incisive che in passato, l'intera carrozzeria vive di una sensualità carica di echi del design italiano. Animata, cioè, di una morbidezza quasi sportiva, ma anche accessibile e rassicurante.

Dopo la collaborazione con Pininfarina per le precedenti VF8 e VF9, VinFast si affida all'affermata Torino Design nella ricerca di un gesto creativo contemporaneo. «È stata molto apprezzata la nostra capacità di allestire prototipi qualitativamente notevoli, comparabili alla grande serie», puntualizza



With a length of 424 cm, a width of 182 cm and a height of 159 cm, the standard VF6 belongs in its own right to the very popular B-segment crossovers: compared to its competitors it can boast crisper surfaces.

Lunga 424 cm, larga 182 e alta 159, la VF6 di serie appartiene a pieno titolo al popolarissimo ambito delle crossover di segmento B: rispetto a diverse concorrenti può vantare una maggiore pulizia delle superfici.

Roberto Piatti, CEO dello studio di progettazione che ha fondato nel 2006, sottolineando l'eccellenza del know-how costruttivo dell'area torinese. Accanto a lui, le due vetture di pre-produzione che negli ultimi mesi sono comparse in molteplici Saloni, fino al CES di Las Vegas, nell'ottica di un'imminente commercializzazione.

Fonti dell'azienda vietnamita raccontano intanto di un approccio che vede diverse automobili commissionate, allo stesso tempo, ad altrettanti designer esterni, per accelerarne lo sviluppo. Ne risulta che i canoni formali non si rivelino sempre omogenei a tutta la gamma. Diversamente dai costruttori che perseguono una politica di modelli troppo simili, quasi "matrioske", per VinFast ogni auto esprime una sua personalità.

Nello specifico, la VF6 rappresenta una crossover di segmento B dal tetto meno squadrato rispetto alle Suv classiche, però comunque votata a una buona abitabilità e particolarmente interessante nel trattamento "corrugato" dello specchio di coda: diretta conseguenza dello sbalzo molto corto, quest'ultimo definisce un gioco di volumi poco usuale e non scevro di velate reminiscenze anni Novanta. Una soluzione insolita per un'esigenza decisamente attuale. All'insieme non manca poi



On the dashboard, the 12.9" touch screen (on the left) is matched with a rose gold-coloured trim that aims to create an environment that is sophisticated compared to its exterior dimensions. Roominess was also one of the designers' primary objectives, made possible by the EV platform.

Sulla plancia, al touch screen da 12,9" (a sinistra) si accostano finiture color oro rosa che mirano a restituire un ambiente sofisticato rispetto alle dimensioni esterne. L'abitabilità ha altresì costituito uno degli obiettivi primari dei progettisti, agevolati dalla piattaforma elettrica.





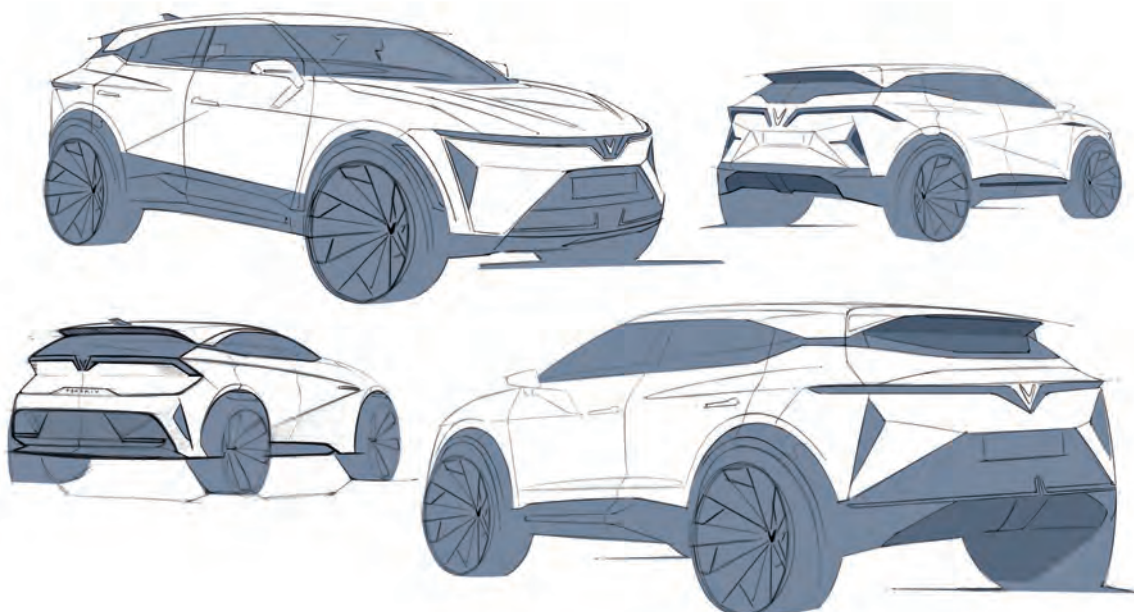
More mature and multifaceted, the sketches and renderings of the VF7 are viewed in their final execution with a less minimalist expressiveness, from which a contemporary charge emerges in the play of volumes on the doors and in the glazing's cut.

Più maturi e carichi di sfaccettature, i bozzetti e i rendering della VF7 si riflettono in un'esecuzione finale dall'espressività meno minimalista, la cui carica contemporanea emerge nei giochi di volumi sulle portiere e nel taglio della vetratura.

dinamismo, mentre intorno ai cristalli corre un ampio profilo cromato, perché la clientela europea predilige i dettagli preziosi anche su auto di dimensioni contenute.

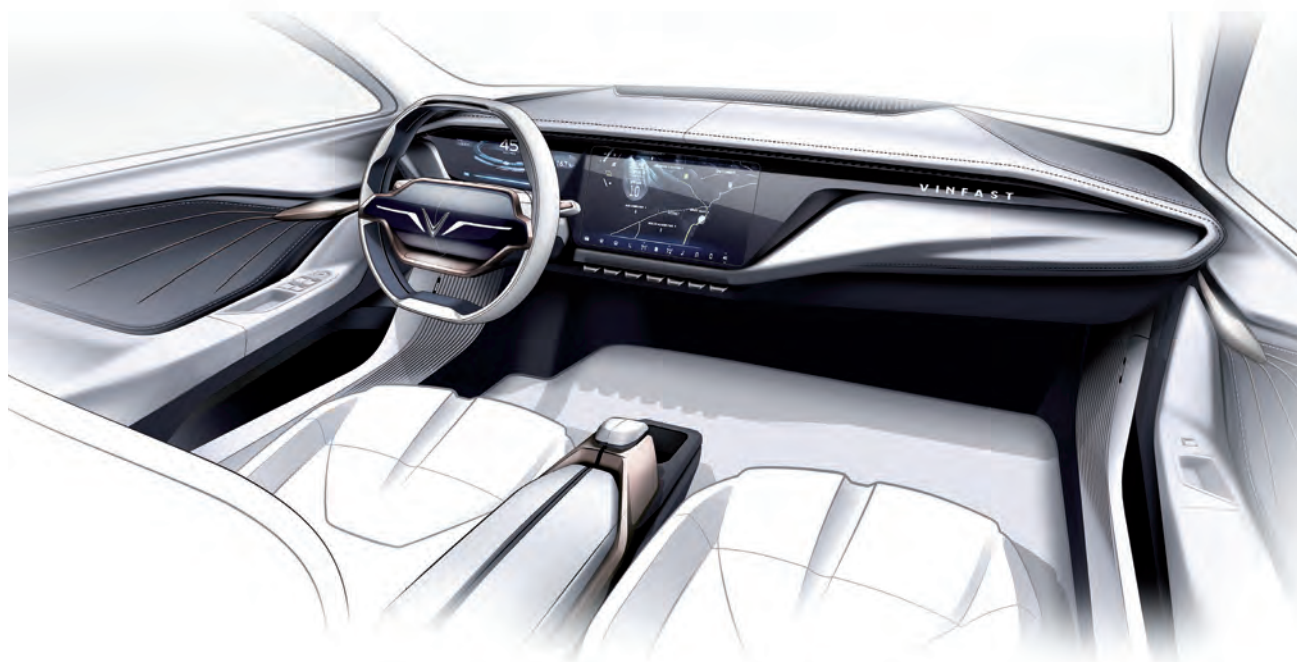
Al contrario, sulla più grande VF7 la finestratura non esibisce alcun profilo lucido in nome di uno stile risolutamente moderno, pulitissimo, costruito sulla maggiore lunghezza del passo. Ecco che si palesa la politica della differenziazione, con la volontà di fornire a ogni cliente il prodotto migliore per le sue esigenze. Qui la plasticità dialoga con porzioni più tese, specie sulle fiancate, culminando in un posteriore profondamente marcato da tratti verticali muniti di funzioni aerodinamiche.

All'interno, entrambe propongono una riuscita evoluzione delle interfacce, che non contempla



Whilst the wheelbase increases from 273 to 284 cm, the overall measures of 454x189x163 cm in the three main dimensions produce significantly larger proportions than in the VF6, as do the wheels up to 21 inches.

Se l'interasse cresce da 273 a 284 cm, gli ingombri di 454x189x163 cm nelle tre quote principali determinano proporzioni significativamente più importanti rispetto alla VF6, al pari delle ruote fino a 21 pollici.



For the VF7 initially thought of as having its interiors with digital instrumentation and an integrated infotainment screen, the variation inspired by its little sister (albeit with a diagonal of up to 15") prevailed, as seen below. Of great interest, on both cars, is the absence of any physical interface in front of the driver: only the head-up display is provided.

Per la VF7 non è mancata un'ipotesi d'interno con strumentazione digitale e schermo dell'infotainment integrato, ma in ultimo ha prevalso la variante ispirata alla sorella minore (seppur con diagonale fino a 15"), qui sotto. Molto interessante, su entrambe le vetture, l'assenza di qualsiasi interfaccia fisica di fronte al guidatore: è previsto solo l'head-up display.

alcun quadro strumenti (neppure digitale), completamente sostituito dall'head-up display proiettato sul parabrezza. Ottima strategia, se le norme ne permetteranno l'adozione di serie, per rendere ogni vettura un oggetto originale, e soprattutto per ridurre la ridondanza conservando efficienza e bellezza. Ovvero, in qualche modo, per perpetuare un'intelligenza progettuale tipicamente italiana. ■■■

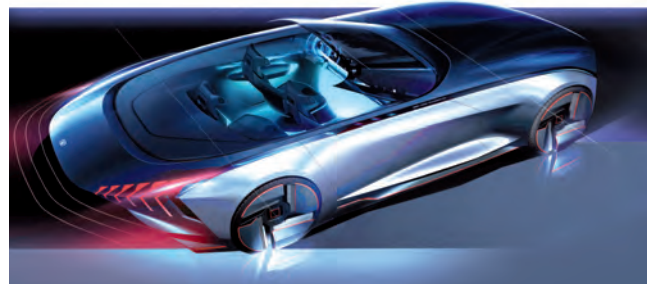
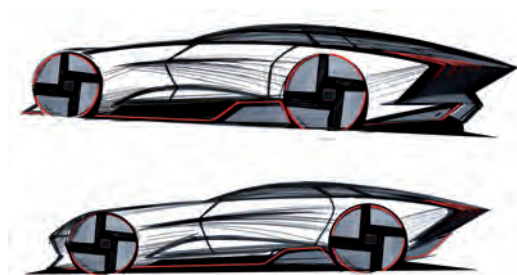


ALL ENCOMPASSED—VIA SHOWCAR

"All encompassed" is Chang'an's latest interpretation of the intelligent aesthetics of new technology. We use design to eliminate the boundaries between experiences and lives, and pass on the beautiful perception in the exploration to all things.

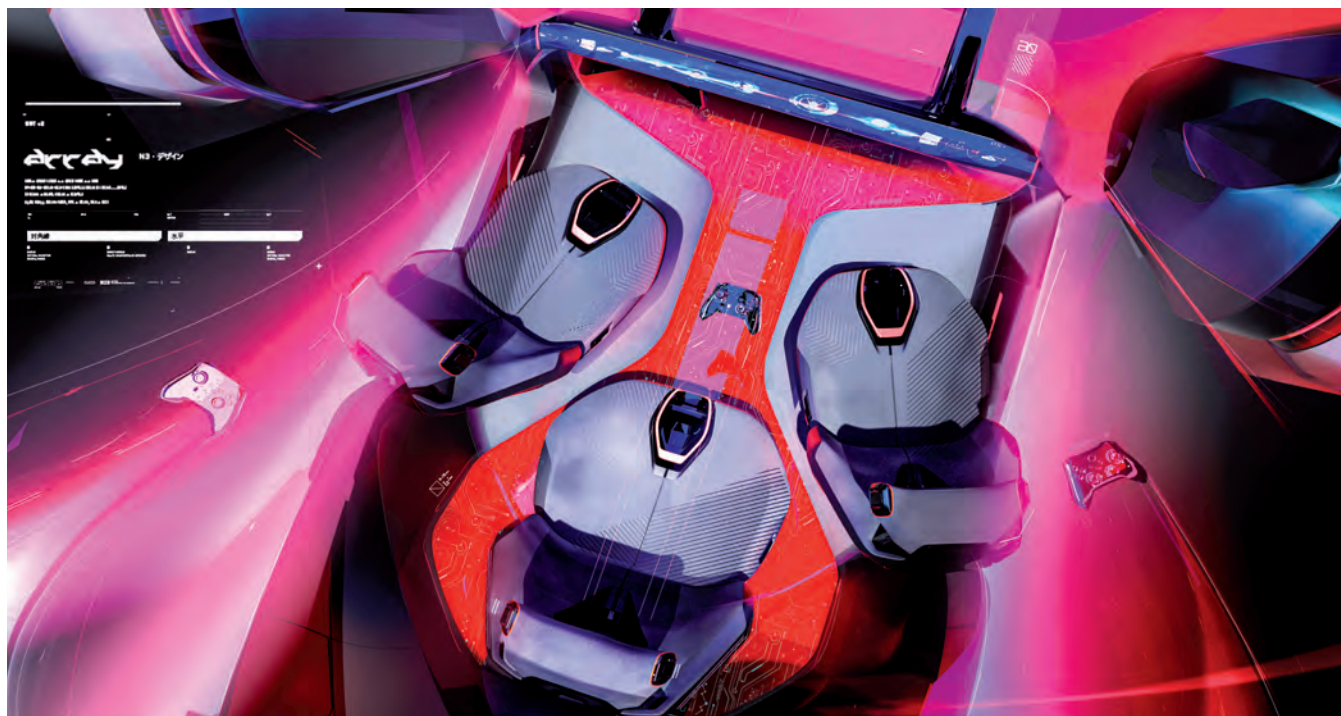
The "vertical force" is the release of self-energy, breaking free from the established rules. The new concept car VIIA is not only a car, but also a highly futuristic, changeable and open free space. The VIIA is composed of three main modes: driving mode, game mode and drone mode. We need a drone precisely because it is another pair of eyes that extends out to lead us to more unseen landscapes; we love games precisely because we have endless imagination and we are eager to explore the spiritual world that is not bound. What VIIA brings to users is the common spirit of both - "Breakthrough".

The VIIA cockpit is a blend of realities, a vast universe for those who are most eager for new things. Changan hopes that all users can have a stage to express themselves, and believes that each different self contains enough energy to explode the universe. ■■■



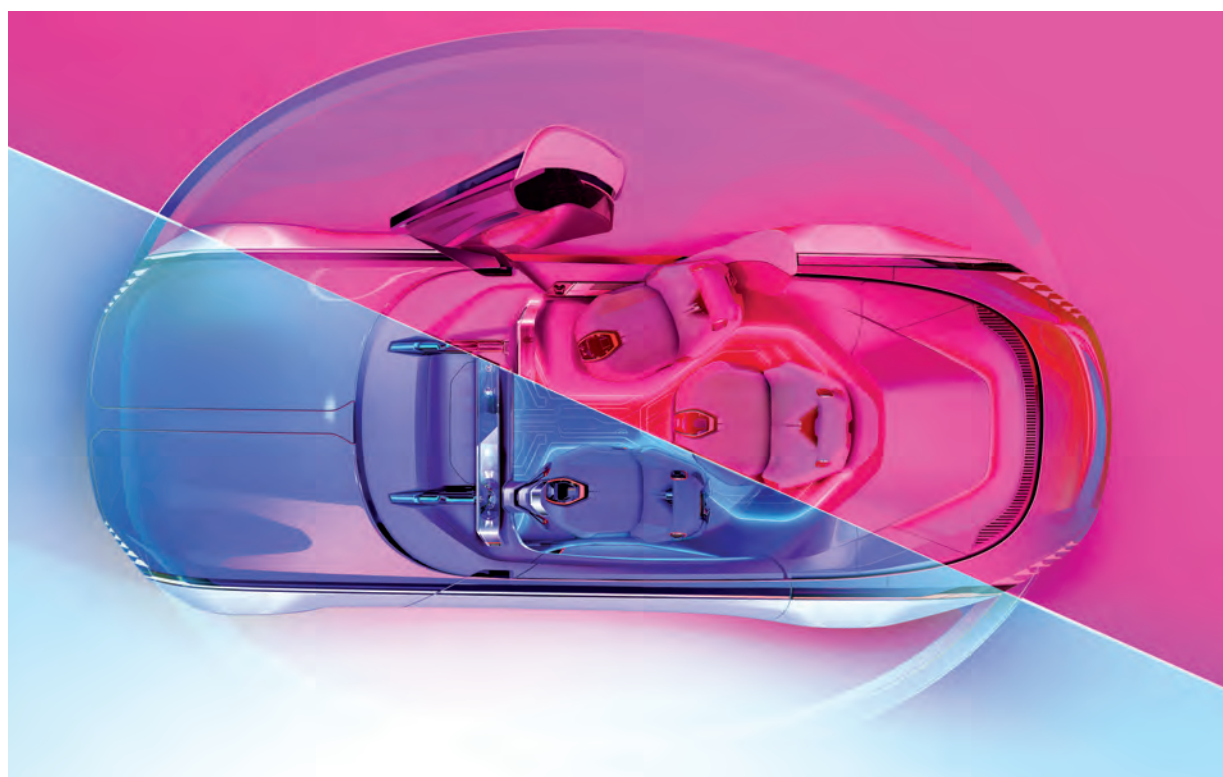
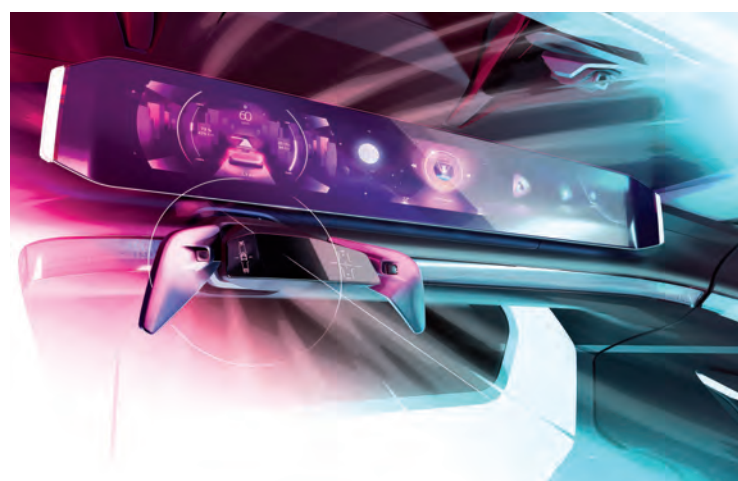
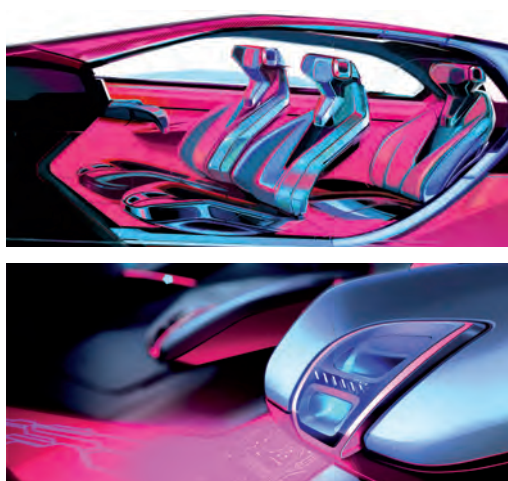
The light beam diffusing from the center logo to both sides of VIIA, together with the tech-band, forms VIIA's light language interaction system. Through the change and rhythm of light, the message of human-vehicle interaction is formed.

Il fascio di luce che si diffonde dal logo centrale lungo i fianchi di VIIA, insieme alla fascia dedicata alla tecnologia, dà vita a un nuovo linguaggio stilistico che sfrutta le fonti luminose per l'interazione con gli utenti. Attraverso il cambiamento e il ritmo della luce si originano messaggi dell'interazione uomo-veicolo.



The VIIA cabin adopts a unique three-seat layout, and in driving mode, the rear passenger is the "king" who enjoys the cabin exclusively. When switching to game mode, the three passengers can break through the boundary between the front and back seats to gather together, truly allowing users to play with space and break the boundary with reality.

L'abitacolo di VIIA adotta una disposizione a tre posti e, in modalità guida, il passeggero posteriore è paragonabile a un re che si gode l'abitacolo in esclusiva. Quando si passa alla modalità gioco, i tre passeggeri possono superare il confine tra i sedili anteriori e quelli posteriori per riunirsi: in questo modo è possibile giocare con lo spazio e rompere il confine con la realtà.



"A ll encompassed" ("tutto incluso") è l'ultima interpretazione di Changan dell'estetica intelligente delle nuove tecnologie. Il design è impiegato per eliminare i confini tra esperienze e vita e trasmettere a tutte le cose la bellezza dell'esplorazione e della conoscenza. La "forza verticale" rilascia energia interiore, rompendo con le regole stabilite. La nuova concept car VIIA non è solo un'auto, ma uno spazio libero altamente futuristico, mutevole e aperto. VIIA presenta tre principali modalità: guida, gioco e drone. Il drone è necessario per avere un altro paio di occhi che conducano l'utente attraverso paesaggi sconosciuti; il gioco è fondamentale per dare spazio all'immaginazione, che è infinita, ed esplorare il mondo spirituale. Ciò che VIIA offre agli utenti è uno spirito comune chiamato "Breakthrough" (rottura dei limiti).

Il cockpit di VIIA mostra un mix di innovazioni, un vasto universo per coloro che sono desiderosi di novità. Changan auspica che tutti gli utenti possano avere un palcoscenico per esprimersi pienamente e crede che ogni diversità contenga abbastanza energia da far esplodere l'universo. ■■■

ALL ENCOMPASSED HORIZON SHOWCAR & YIDA



The front of HORIZON incorporates the traditional oriental white treatment on the basis of digital technology, and the eye-catching headlights are composed of horizontal poles shaped like the sky on the front face of the minimalist treatment, creating a wide visual effect of the front face and reaching a unique balance aesthetic.

Il frontale della HORIZON incorpora il tradizionale trattamento orientale del bianco sulla base della tecnologia digitale. I proiettori accattivanti, disposti sul frontale dal trattamento minimalista, sono composti da elementi orizzontali come la linea del cielo, creando un ampio effetto visivo per raggiungere un equilibrio estetico.

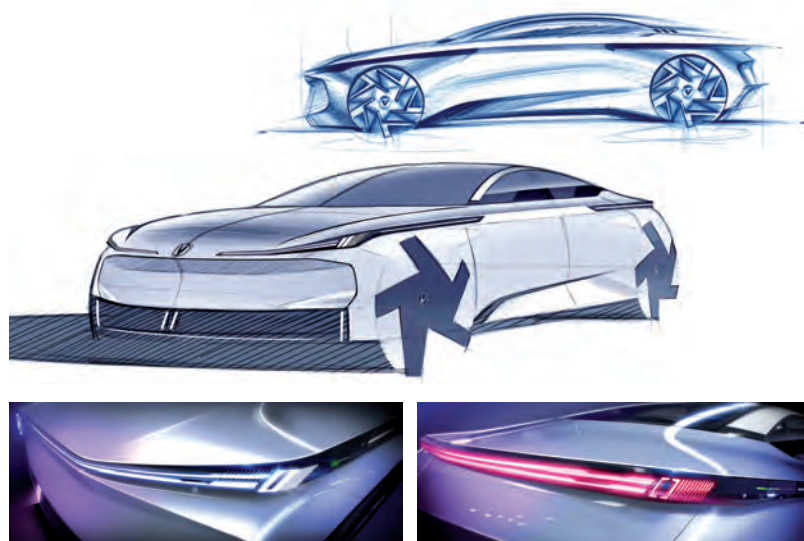
The "Horizontal Realm" is a vast and pure land for users. The concept car HORIZON, based on digital technology, incorporates the traditional oriental white treatment to deliver a unique and caring emotional space for users. The horizontally extended lines are inspired by the intersection of heaven and earth, interpreting the classical philosophy of the unity of heaven and man. We give the maximum freedom to users in interaction and space layout, so that they can feel the most important sense of belonging and naturally integrate into the innovative technology environment.

Tranquility, comfort, spiritual escape - HORIZON combines the symbiotic vision and digital life technology and achieves the perfect balance state, which will be integrated into

the details of users' life, or office, or play, or travel. Every user can see their own comfortable life from it.

Now, the first mass-produced family sedan with a new design concept, showing the beauty of balance from the "horizontal realm" - YIDA, will be unveiled soon. It is a compact sedan that pays tribute to the classics while incorporating its own unique aesthetics, striking a perfect balance between the mainstream and the self, and giving users an intimate and familiar sense of belonging.

We are both eager to unleash ourselves and to find belonging - seemingly contradictory, but it is by design that we allow them to coexist. This is the real us, the individuality and ambition of each one of us. We are big and simple, yet diverse and all-encompassing. ■■■



The HORIZON interior design draws inspiration from interior design, and the design team has ensured that the interior space is as spacious and luxurious as possible. The flexible seating layout gives users a high degree of freedom to create a space that they are familiar with.

Il design degli interni di HORIZON trae ispirazione dal mondo dell'arredamento e il team di progettazione ha fatto in modo che l'abitacolo fosse il più ampio e lussuoso possibile. La disposizione flessibile dei posti a sedere offre agli utenti un elevato grado di libertà per creare uno spazio a loro familiare.

Il "regno orizzontale" è una terra vasta e pura per gli utenti. La concept car HORIZON, basata sulla tecnologia digitale, incorpora il tradizionale uso orientale del bianco per offrire uno spazio emozionale unico e che risponda ai loro desideri. Le linee orizzontali si ispirano all'intersezione tra cielo e terra, interpretando la filosofia classica dell'unità tra cielo e uomo. E' data massima libertà agli utenti nell'interazione e nella disposizione degli spazi, in modo che possano sentire un senso di appartenenza e integrarsi naturalmente nell'ambiente tecnologico innovativo della concept car.

Tranquillità, comfort, evasione spirituale: HORIZON combina la visione simbiotica e la tecnologia della vita digitale e raggiunge lo stato di equilibrio perfetto, che sarà integrato nei dettagli della vita degli utenti, in ufficio, o nel gioco oppure in viaggio. Ciascun utente può rendere la propria vita più confortevole.

YIDA, la prima berlina prodotta in serie seguendo una nuova filosofia stilistica mostra la bellezza dell'equilibrio del "regno orizzontale", sarà presentata a breve. Si tratta di una berlina compatta che rende omaggio ai classici e allo stesso tempo adotta un'estetica



The core of the YIDA's design is to reflect the beauty of balance. The horizontal waistline gives it sharp angles and the low front and high rear body shape creates stronger momentum. It is a model of which users of any age can feel the beauty and which redefines popularity.

Il cuore del design di YIDA è riflettere la bellezza dell'equilibrio. La linea di cintura orizzontale genera angoli acuti, mentre la contrapposizione tra la forma del corpo anteriore bassa e quella del posteriore più alta, conferisce alla vettura uno slancio più forte. Yida è un modello adatto ad un pubblico ampio, gli utenti di qualsiasi età possono apprezzarne la bellezza.



unica, trovando un perfetto equilibrio tra ciò che è già diffuso e una propria forte personalità, dando agli utenti un senso di appartenenza intimo e familiare. Siamo tutti desiderosi di liberare noi stessi e di trovare un'appartenenza: sono elementi apparentemente contraddittori, ma il buon design li fa coesistere. Questo è il vero noi, l'individualità e l'ambizione di ognuno di noi. Siamo grandi e semplici, ma diversi e



LIVABLE SPACE



Juan Carlos Payo Calderon

When the discussion involves design our thoughts almost always turn to Italy, France, Sweden, Japan... But Spain also exists and a good example of this, apart from the Seat-Cupra, is the work that the Grupo Antolin does from its headquarters in Burgos, where its latest creation, the Vivar, comes from.

The Grupo Antolin defines itself as a global supplier of technological solutions for car interiors, but the Vivar is their first offer of an exterior bodywork, which wraps a revolutionary exercise in interior styling. Adelaida Antolin is head of Industrial Design and Color & Trim and she tells us about her Vivar which is "focused on the cornerstones of our company strategy, such as user-oriented design, sustainability and the integration of systems and technologies in the most innovative way, Vivar achieves a perfect balance of all of them".

Rodrigo Díaz de Vivar was a legendary Spanish knight of medieval times born close to Burgos. And this historical name links past and future using the Burgos landscape as inspiration for design, materials and colours that translate into that red wine bodywork, or

For Adelaida Antolin "from the point of view of Design, Vivar is another example of Grupo Antolin's commitment to offering our clients solutions for the future. As designers at one of the largest interior suppliers, it is our desire to turn dreams, ideas and inspirations into industrial reality, and the evolution and development of this new Concept Car is aligned with this".

Per Adelaida Antolin, «dal punto di vista del design, Vivar è un altro esempio dell'impegno del Grupo Antolin nell'offrire ai nostri clienti soluzioni per il futuro. In qualità di designer di uno dei maggiori fornitori di interni, è nostro desiderio trasformare sogni, idee e ispirazioni in realtà: l'evoluzione e lo sviluppo di questa nuova concept car sono in linea con questo obiettivo».



According to Alvaro Sanz "the interior design is characterised by pure lines, thinking that clean language most of the time adds value". The Antolin Vivar incorporates innovative technologies: artificial intelligence voice assistant, wireless charger panels spread across the cabin, a state-of-the-art infotainment system and diffused light for a particularly dynamic effect.

Secondo Alvaro Sanz, «il design degli interni è caratterizzato da linee pure, pensando che un linguaggio pulito il più delle volte aggiunge valore al veicolo». Antolin Vivar racchiude tecnologie innovative: assistente vocale ad intelligenza artificiale, pannelli per la ricarica wireless diffusi nell'abitacolo, un sistema infotainment all'avanguardia e una luce diffusa per un effetto particolarmente dinamico.



into that language of horizontal lines on the dashboard that calls to mind the rows of vineyards typical of the Ribera del Duero. This Burgos spirit is also to be found in the Burgundy or San Andrés crosses that preside over the front grille or the lighting language of the interior ceiling, characteristics of the Museum of Human Evolution in this city.

Outside, the vehicle transmits a sophisticated robustness which is supported by lights that seem to float. To generate interior space, the body is tall, very SUV-like. Alvaro Sanz, current designer in the Adelaida Antolin team, was the winner of the Grupo Antolin Design Challenge Award in 2021 with his Vivar project, which has served as a starting point, albeit refined and developed, for this concept car, which he himself explains: "in order to create an overall feeling of uniformity, horizontal elements have been applied so that continuity between cockpit and door panels can be achieved. The Vivar is a concept car that has been designed from scratch inside and out. Since the Grupo Antolin is pushing its exterior solutions, the effort is shown in this concept through sharp lines that enhance functional elements such as the smart grid, facial recognition access, etc".

The dashboard is made of backlit natural fibres. Above, a minimalist "vertical garden" offers three possible natural scents. The centre display can be moved to the right or to the left when the steering wheel disappears in autonomous driving. An original perforated cork ceiling with intersecting Xs, allows an inflow of ambient light that simulates a blue sky, a cloudy day or night stars... Optionally a second smart panoramic roof can be fitted that is dimmable and alternates levels of opacity and transparency. Also interesting are the retractable, telescopic side tables in the doors,

or the magnetised spotlights that can be removed from the ceiling and placed where needed... Finally, wireless charging stations are fitted in the door panels, from where you can control vehicle infotainment. ■■■

SPAZIO VIBILE

Quando si parla di design, il nostro pensiero va quasi sempre all'Italia, alla Francia, alla Svezia, al Giappone... Ma esiste anche la Spagna e un buon esempio, oltre a Seat-Cupra, è il lavoro che il Grupo Antolin svolge dalla sua sede di Burgos, da cui proviene Vivar, la sua ultima creazione.

Grupo Antolin si definisce un fornitore globale di soluzioni tecnologiche per gli interni delle automobili, ma la Vivar è il suo primo progetto che comprende, oltre a un rivoluzionario esercizio di stile per l'abitacolo, anche gli esterni. Adelaida Antolin, responsabile dell'Industrial Design e del Color & Trim, ci parla della sua Vivar: «Incentrata sui capisaldi della nostra strategia aziendale, come il design orientato all'utente, la sostenibilità e l'integrazione di sistemi e tecnologie nel modo più innovativo, Vivar raggiunge un perfetto equilibrio di tutti questi elementi».

Rodrigo Diaz de Vivar era un leggendario cavaliere spagnolo di epoca medievale nato vicino a Burgos. E questo nome storico collega passato e futuro utilizzando il paesaggio di Burgos come ispirazione per il design, i materiali e i colori che si traducono in una carrozzeria rosso vino e in un linguaggio stilistico definito da linee orizzontali sul cruscotto che richiama alla mente i filari di vigneti tipici della Ribera del Duero. Lo spirito di Burgos si ritrova anche nelle croci di Borgogna o di San Andrés che ritroviamo nella griglia anteriore o, negli

interni, nel cielo illuminato, una caratteristica del Museo dell'Evoluzione Umana della città.

All'esterno, il veicolo trasmette una sofisticata robustezza, con luci che sembrano fluttuare. Per accrescere lo spazio interno, la carrozzeria è alta, molto simile a quella di un Suv. Alvaro Sanz, attuale designer del team guidato da Adelaida Antolin, è stato il vincitore del Grupo Antolin Design Challenge Award nel 2021 con il progetto Vivar, servito come punto di partenza, seppur raffinato e sviluppato, per questa concept car. Spiega Alvaro Sanz: «Per creare una sensazione di uniformità complessiva, sono stati applicati elementi orizzontali in modo da ottenere una continuità tra l'abitacolo e i pannelli delle porte». La Vivar è una concept car progettata da zero sia all'interno che all'esterno. Il Grupo Antolin si sta impegnando nella ricerca per proporre nuove soluzioni per gli esterni: Vivar lo dimostra attraverso linee nette che esaltano elementi funzionali come la griglia intelligente o l'accesso con riconoscimento facciale.

Il cruscotto è realizzato in fibre naturali retroilluminate. Sopra, un giardino verticale minimalista offre tre possibili profumazioni naturali. Il display centrale può essere spostato a destra o a sinistra quando il volante scompare attivando la modalità di guida autonoma. Un originale soffitto in sughero permette la penetrazione della luce, simulando un cielo blu, una giornata nuvolosa o le stelle nelle ore notturne. In opzione è possibile montare un tetto panoramico intelligente, oscurabile e che alterna livelli di opacità e trasparenza automaticamente. Interessanti anche i tavolini telescopici a scomparsa nelle porte o i faretti magnetizzati che possono essere rimossi dal soffitto e posizionati dove necessario. Infine, nei pannelli delle porte sono stati inseriti dei punti per la ricarica wireless, dai quali è possibile controllare anche l'infotainment del veicolo. ■■■

A BOLD SPIRIT



Highlighted in the final sketches is the rear bonnet with a motif that seems to recall the grilles of the most powerful Lamborghini Countach, one of the most representative cars in Bertone's history.

In evidenza, negli sketch definitivi, il cofano posteriore caratterizzato da un motivo che sembra richiamare le griglie delle più potenti Lamborghini Countach, vettura tra le più rappresentative della storia di Bertone.

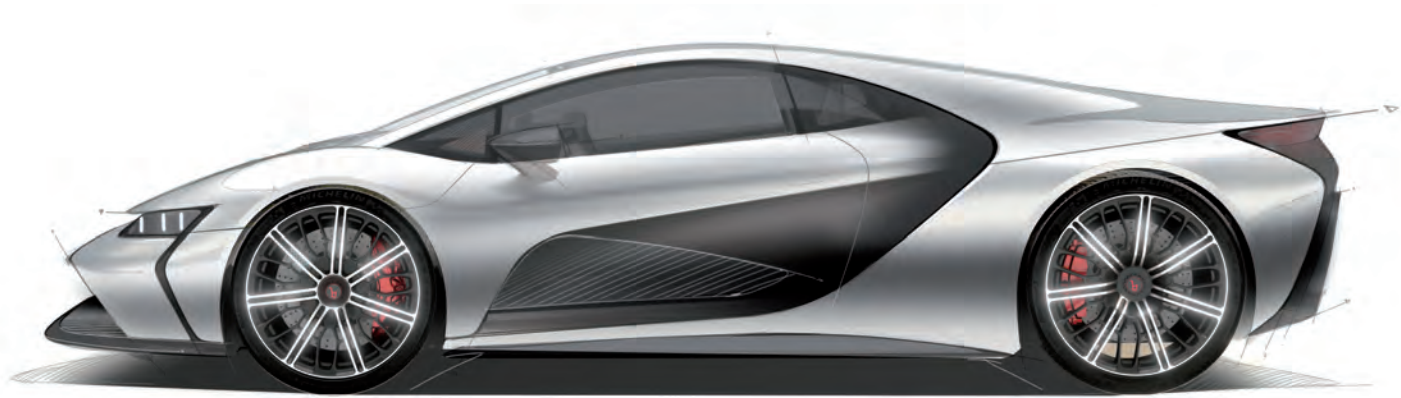
Filippo Einaudi

The car that marks the Bertone brand's return to the automotive scene has the typical name given to models celebrating important anniversaries: GB110, after the initials of founder Giovanni Bertone and the 110 years that have passed since the coach builder began its activity to when this hyper car had its début last December, together with the announcement of its limited edition production as the new beginning of a Made in Italy icon.

Behind this rebirth there are, in fact, quite a few Italian names, starting with the brothers Mauro and Jean-Franck Ricci, owners since 2020 of the rights to use the Bertone brand in the automotive, but above all two young designers who have been its material authors: Giovanni Sapio, head and supervisor of the project, and Andrea Mocellin, who was entrusted with the task of drawing the lines of a car in which the spirit of a label, always characterised by a strong innovative drive, must be concentrated.

The GB110 is, however, something Bertone never conceived before in its 110 years: a car designed for itself and not for a Car Maker. In the unanimous opinion of its creators, it had to first and foremost express the boldness that has always featured Bertone's work, or rather the work of the many talents who worked for Bertone. "A hyper car is the best way to represent this idea," says Giovanni Sapio, "especially when it is not a concept, but a car designed from the outset to be certified and produced as a roadworthy car."

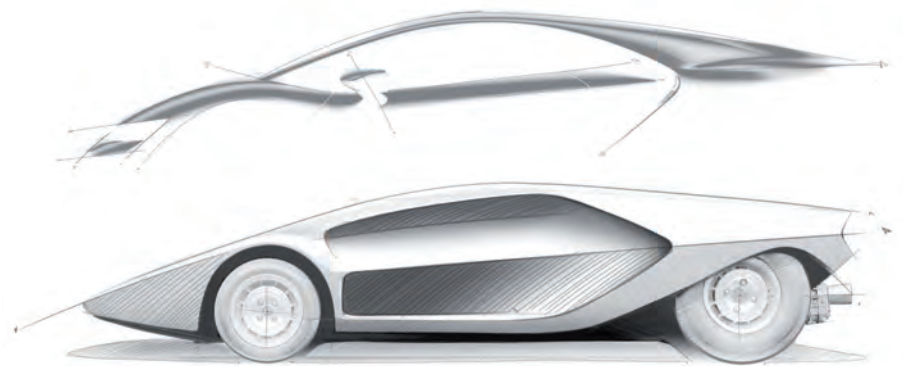
These principles will also inspire future projects, but the GB110 is not meant to carry the traits of a family feeling, just as it is not meant to be a summary of 110 years of history, but rather to celebrate a tribute to it with its many references. For Andrea Mocellin: "At a time when cars seem to have to become objects to be used rather than owned, this car instead wants to be something exciting, to be preserved in



ANDREA MOCELLIN 2022

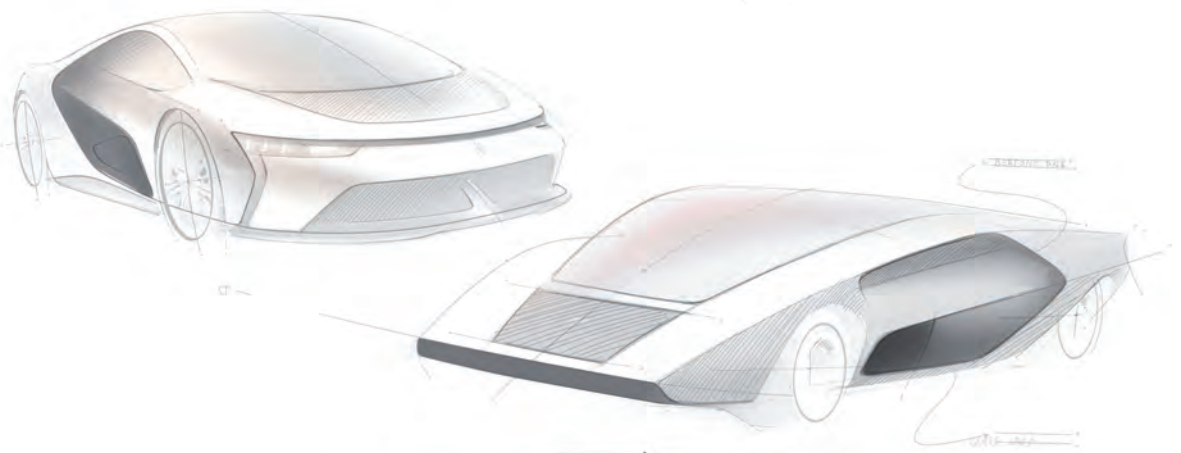
The line of the door profile is the most obvious homage to milestones such as the Stratos Zero, also recalled in the final sketches, and the Carabo. The edge under the front lights and the one under the rear lights create an element of symmetry between the ends.

La linea del giroporta è il più evidente omaggio a pietre miliari come la Stratos Zero, richiamata anche nei bozzetti definitivi, e la Carabo. Lo spigolo sotto i fanali anteriori e quello sotto i posteriori creano un elemento di simmetria tra le estremità.



Left, Giovanni Sapio, since mid-2022 Project Leader and Design Manager of the revived Bertone brand. It was his decision to entrust Andrea Mocellin (right), an independent designer expert in micro-mobility and electric vehicles, with the styling of the GB110.

A sinistra, Giovanni Sapio, da metà 2022 Project Leader e Design Manager del redivivo marchio Bertone. Sua la scelta di affidare ad Andrea Mocellin (a destra), designer indipendente esperto in micromobilità e veicoli elettrici, lo stile della GB110.



ANDREA MOCELLIN 2022

time. It is aimed at what we have defined as the 'Italian Gentleman', a lover of beauty and performance, but also of the combination of craftsmanship and avant-garde, the ability to be modern with yesteryear's 'know-how'. And regarding the view that best defines it, he says: "I have always heard from the maestri that when the side view of a car is convincing then the project is largely successful. The profile of the GB110 is its first trade mark, with the movement of the lines that harks back to the Stratos Zero and the right harmony between the front and tail. But it is also a low car, designed to be looked at from above, especially its front end." ■■■



In the preliminary sketches (left and below) some ideas already appear well defined, such as the shape of the cockpit that sinks into the rear side and the honeycomb theme of the grille and rear lights, taken from the famous 1967 Marzal.

Nei bozzetti preliminari (a sinistra e sotto) alcune idee appaiono già ben definite, come la forma dell'abitacolo che affonda nella fiancata posteriore e il motivo a nido d'ape della griglia e dei fari posteriori, ripreso dalla celebre Marzal del 1967.

SPIRITO AUDACE

L'auto che segna il ritorno sulla scena automobilistica del marchio Bertone ha il tipico nome che si dà ai modelli celebrativi di importanti anniversari: GB110, come le iniziali del fondatore Giovanni Bertone e come gli anni, 110, trascorsi da quando la carrozzeria ha iniziato la sua attività a quando questa hypercar è stata presentata, lo scorso dicembre, insieme all'annuncio della sua produzione in tiratura limitata come nuovo avvio di un'icona del Made in Italy.

Dietro questa rinascita ci sono, in effetti, un bel po' di nomi italiani, iniziando da quello dei fratelli Mauro e Jean-Franck Ricci, titolari dal 2020 dei diritti per l'utilizzo del marchio Bertone in campo automobilistico, ma soprattutto quelli di due giovani designer che ne sono gli autori materiali: Giovanni Sapia, responsabile e supervisore del progetto, e Andrea Mocellin, a cui è stato affidato il compito di tracciare le linee di un'auto in cui deve concentrarsi lo spirito di un'etichetta sempre contraddistinta da una forte spinta innovatrice.

La GB110 è qualcosa che tuttavia, nei suoi 110 anni, Bertone non ha mai fatto: un'auto disegnata non per conto di una Casa

In the drawings developed for the intermediate phase of the project, the engine cover begins to take on the hexagonal shape that will become final, and imposing exhaust tailpipes appear, inspired by the Birusa of 2003, a concept that Mocellin points to as the pioneer of the third millennium's "clean design".

Nei disegni sviluppati per la fase intermedia del progetto il coperchio del motore inizia ad assumere la forma esagonale che diventerà definitiva e compaiono imponenti terminali di scarico ispirati dalla Birusa del 2003, concept che Mocellin indica come precursore del "clean design" del terzo millennio.



bensi per sé. A giudizio unanime dei suoi creatori, doveva quindi esprimere prima di tutto l'audacia che ha sempre caratterizzato l'opera di Bertone o, per meglio dire, l'opera dei molti talenti che hanno lavorato per Bertone.

«Una hypercar è il modo migliore per rappresentare quest'idea – dice Giovanni Sapia – specie quando non si tratta di una concept, ma un'auto disegnata da subito per essere omologata e prodotta come vettura stradale».

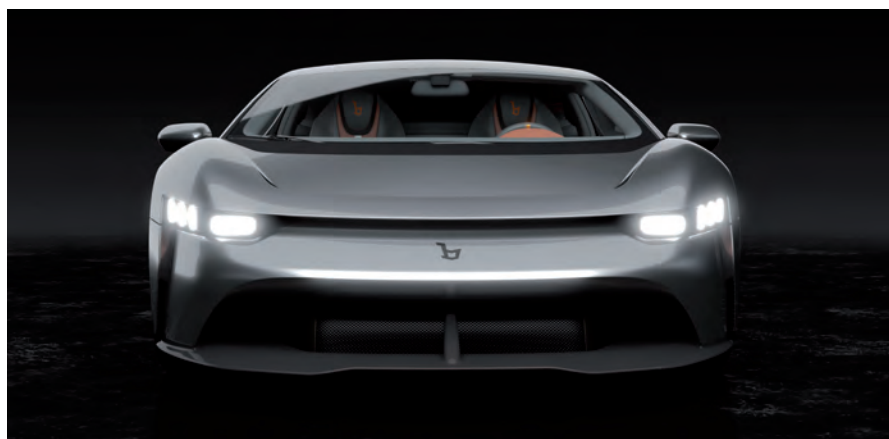
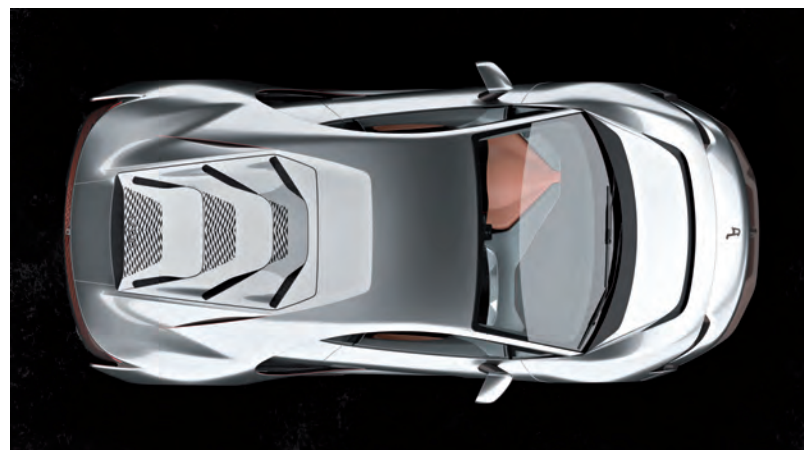


The hypercar's creative process was completed in just six months, with three stages interspersed with two steps of three-dimensional modelling to verify the car's live rendering and definition of details. In the middle one, glazing was introduced in the lower part of the doors, yet another homage to the Marzal and the Stratos Zero.

Il processo creativo della hypercar è stato completato in appena sei mesi, con tre fasi intervallate da due step di modellazione tridimensionale per verificare la resa dell'auto dal vivo e la definizione dei dettagli. In quella centrale sono state introdotte le vetrate nella parte bassa delle porte, altro omaggio alla Marzal e alla Stratos Zero.

Questi principi ispireranno anche i progetti futuri, tuttavia la GB110 non ha il compito di definire i tratti di un family feeling così come non vuole essere una sintesi di 110 anni di storia, ma piuttosto omaggiarla con i pur numerosi richiami. Per Andrea Mocellin: «In un periodo in cui le automobili sembra debbano diventare oggetti da usare più che da possedere, quest'auto vuole invece essere qualcosa di emozionante, da conservare nel tempo. Si rivolge a quello che abbiamo definito "Gentleman italiano", amante della bellezza e delle prestazioni,

ma anche del connubio tra artigianalità e avanguardia, la capacità di essere moderni con il "saper fare" di ieri». E circa la vista che la definisce meglio, dice: «Dai maestri ho sempre sentito ripetere che quando la vista laterale di un'auto convince allora il progetto è in gran parte riuscito. Il profilo della GB110 è il suo primo biglietto da visita, con il movimento delle linee che si rifà in modo particolare alla Stratos Zero e la giusta armonia tra frontale e coda. Ma è anche un'auto bassa, pensata per essere guardata dall'alto, soprattutto la parte anteriore».



The final complexity of the front end, with the outstretched blade theme above the headlights fading into the mudguards, emerged in the last phase of development over an initially much simpler and more essential nose. The same goes for the bracket supporting the wide lower lip extended below the large air intake.

La complessità finale del frontale, con il motivo della lama tesa sopra i fari che sfuma nei parafranghi, è emersa nell'ultima fase dello sviluppo su un musetto inizialmente assai più semplice ed essenziale. Idem per la staffa che sostiene l'ampio labbro inferiore esteso sotto la grande presa d'aria.

FUTURISTIC OUTLOOK



On this page, the winning project: 'Rising Auto 2050 Concept' by Su Xinyue, Chongqing University. Evolution 2050 is a vehicle system for a futuristic type of racing competition in which athletes compete in a sequence of sessions including running, cycling and off-road sports, challenging each other in a kind of evolutionary process.

In questa pagina, il progetto vincitore: "2050 Rising Auto 2050 Concept" di Su Xinyue, Chongqing University. Si tratta di un sistema di veicoli per una futuristica tipologia di competizione racing in cui gli atleti competono in una sequenza di sessioni che comprendono corsa, bicicletta e sport off-road, sfidandosi in una sorta di processo evolutivo.

The Chinese automotive industry is expanding apace, the result of more than two decades of rapid growth. Against such a backdrop of progress, the design function plays a part of decisive importance, as does the ability of companies to pinpoint young talents with an international vision who can develop their skills in house. With a view to attracting the interest of young creatives wherever they may be, in 2013 the Saic Group launched the Saic Design Challenge, an international competition dedicated to automotive design and now at its tenth edition. Set up with the aim of exploring new styling and design horizons to heighten the appeal of Chinese automotive products beyond national borders, the competition, which targets design students from the world's most prestigious schools, has evolved into a melting pot for young talent, and has become a springboard for professions in the global automotive industry.

With the participation of students of graphic, product and fashion design alongside car design specialists, this year's edition, under the theme "future impression", has opened the door to new design horizons. By breaking

out of the box of traditional car design, stylistic contaminations have been welcomed in from other creative sectors and have given rise to innovative projects that explore the different needs, preferences and lifestyles of future users.

The entries were judged by an international jury of forty members including automotive design professionals, design academics, artists, architects, independent designers and communication experts. Among them were Shiro Nakamura, an internationally renowned master of automotive design, professor of design at the Royal College of Art, Coventry University, Staffordshire University and the IAAD Design Institute in Turin; Professor Wang Shouzhi, founder of modern design education in China; and Liu Yi, a famous Chinese painter.

After meticulous examination and appraisal of the five criteria: relevance, innovation, aesthetics, integrity and value, the project 'Rising Auto 2050 Concept' by Su Xinyue of Chongqing University was declared the winner. The projects 'Roewe General SUV Concept' by Jin Fanbo of LuXun Academy of Fine Arts and 'Roewe Molive Concept' by Liao



Yiling of Tongji University tied for second place. In third place, at equal merit: 'Rising Auto OUREA Concept' by Wang Jialin (Shanghai University); 'Roewe MEW Concept' by Zhou Yin (Tongji University) and 'MG SEE-HI Concept' by Pan Yue (Wuhan University of Technology). Special mention for the project 'MG WAVE-RIDER Concept' by Wang Lichen of the Central Academy of Fine Arts. ■■■

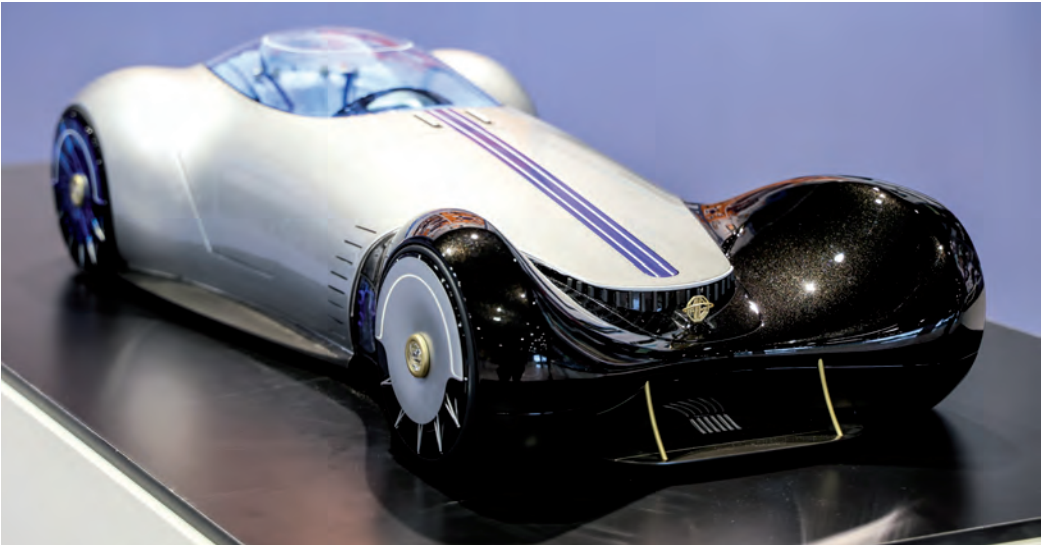
PROSPETTIVE FUTURISTICHE

L'industria automobilistica cinese vive attualmente un momento di forte espansione, frutto di oltre vent'anni di rapido sviluppo. In questo panorama di evoluzione, il design assume un valore fondamentale e determinante, così come la capacità delle aziende di identificare giovani talenti con una visione internazionale da far crescere in seno alle proprie realtà. Nell'ottica di attrarre l'interesse di giovani creativi provenienti da tutto il mondo, nel



Above and left, the two projects that won joint second place: 'Roewe Molve Concept' by Liao Yilin of Tongji University (top) Below and at the bottom, the 'MG Wave-Rider Concept' by Wang Lichen of the Central Academy of Fine Arts, winner of the special mention.

Sopra e a sinistra, i due progetti che si sono aggiudicati il secondo posto a pari merito: 'Roewe Molve Concept' di Liao Yilin della Tongji University (in alto) e "Roewe General SUV Concept" di Jin Fanbo della Luxun Academy of Fine Arts. Sotto e in basso, la "MG Wave-Rider Concept" di Wang Lichen della Central Academy of Fine Arts, vincitore della menzione speciale.



Sponsored content



2013 il gruppo Saic ha lanciato una competizione internazionale dedicata al design automobilistico, la Saic Design Challenge, oggi alla sua decima edizione. Nata con l'intento di esplorare nuovi orizzonti stilistici e progettuali per aumentare l'appeal dei prodotti automobilistici cinesi anche al di fuori dei confini nazionali, la competizione rivolta agli studenti di design delle scuole più prestigiose del mondo è cresciuta e si è evoluta in una delle maggiori piattaforme di incubazione per giovani talenti, e ha assunto il ruolo di trampolino di lancio per le professioni dell'industria automobilistica globale.

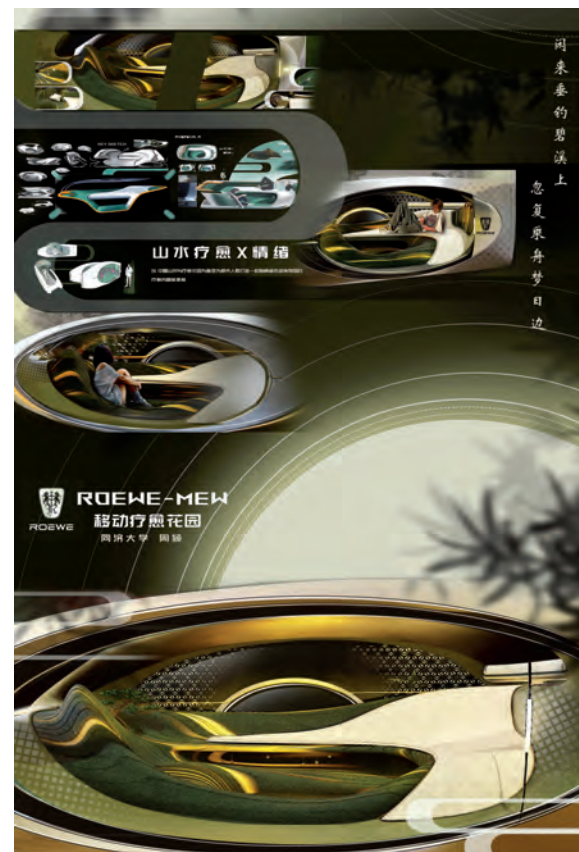
Grazie alla partecipazione di studenti di graphic design, product design e fashion design che si sono affiancati a quelli specializzati in car design, l'edizione di quest'anno, dal tema "future impression", ha aperto la strada a nuove prospettive progettuali che, uscendo dai canoni del design automobilistico tradizionale per accogliere contaminazioni stilistiche provenienti da altri settori creativi, hanno dato origine a progetti innovativi che esplorano le diverse necessità, preferenze e stili di vita degli utenti del futuro.

A valutare gli elaborati, una giuria internazionale composta da quaranta membri tra professionisti del design automobilistico, studiosi

On this page, some images of the exhibition of the projects competing for the tenth edition of the SAIC Design Challenge. Right, Shao Jingfeng, Design President of SAIC Group R&D Innovation Headquarters and Global Executive Design Director.

In questa pagina, alcune immagini dell'esposizione dei progetti in gara per la decima edizione del SAIC Design Challenge. A destra, Shao Jingfeng, Design President of SAIC Group R&D Innovation Headquarter and Global Executive Design Director.





di design, artisti, architetti, designer indipendenti ed esperti di comunicazione. Tra loro anche Shiro Nakamura, maestro del design automobilistico di fama internazionale, professore di design al Royal College of Art, alla Coventry University, alla Staffordshire University e allo IAAD Design Institute di Torino; il professor Wang Shouzhi, fondatore della moderna educazione al design in Cina e Liu Yi, famoso pittore cinese.

Dopo un attento esame e una valutazione della rispondenza ai cinque criteri previsti: pertinenza, innovazione, estetica, integrità e valore, il "2050 Rising Auto 2050 Concept" di

Su Xinyue della Chongqing University è stato decretato vincitore. Secondo posto a pari merito per i progetti: "Roewe General SUV Concept" di Jin Fanbo della LuXun Academy of Fine Arts e "Roewe Molive Concept" di Liao Yilin della Tongji University. Al terzo posto, sempre parimerito: "Rising Auto OUREA Concept" di Wang Jialin (Shanghai University); "Roewe MEW Concept" di Zhou Yin (Tongji University) e "MG SEE-HI Concept" di Pan Yue (Wuhan University of Technology). Menzione speciale per il progetto "MG WAVE-RIDER Concept" di Wang Lichen della Central Academy of Fine Arts. ■■■

Above, the three projects that won joint third place: 'MG See-Hi Concept' by Pan Yue (Wuhan University of Technology); 'Rising Auto Ourea Concept' by Wang Jialin (Shanghai University) and 'Roewe MEW Concept' by Zhou Yin (Tongji University). Below, the students who took part in the 10th edition of the SAIC Design Challenge.

Sopra, i tre progetti premiati con il terzo posto a pari merito: "MG See-Hi Concept" di Pan Yue (Wuhan University of Technology); "Rising Auto OUREA Concept" di Wang Jialin (Shanghai University) e "Roewe MEW Concept" di Zhou Yin (Tongji University). Sotto, gli studenti che hanno partecipato alla decima edizione del SAIC Design Challenge.



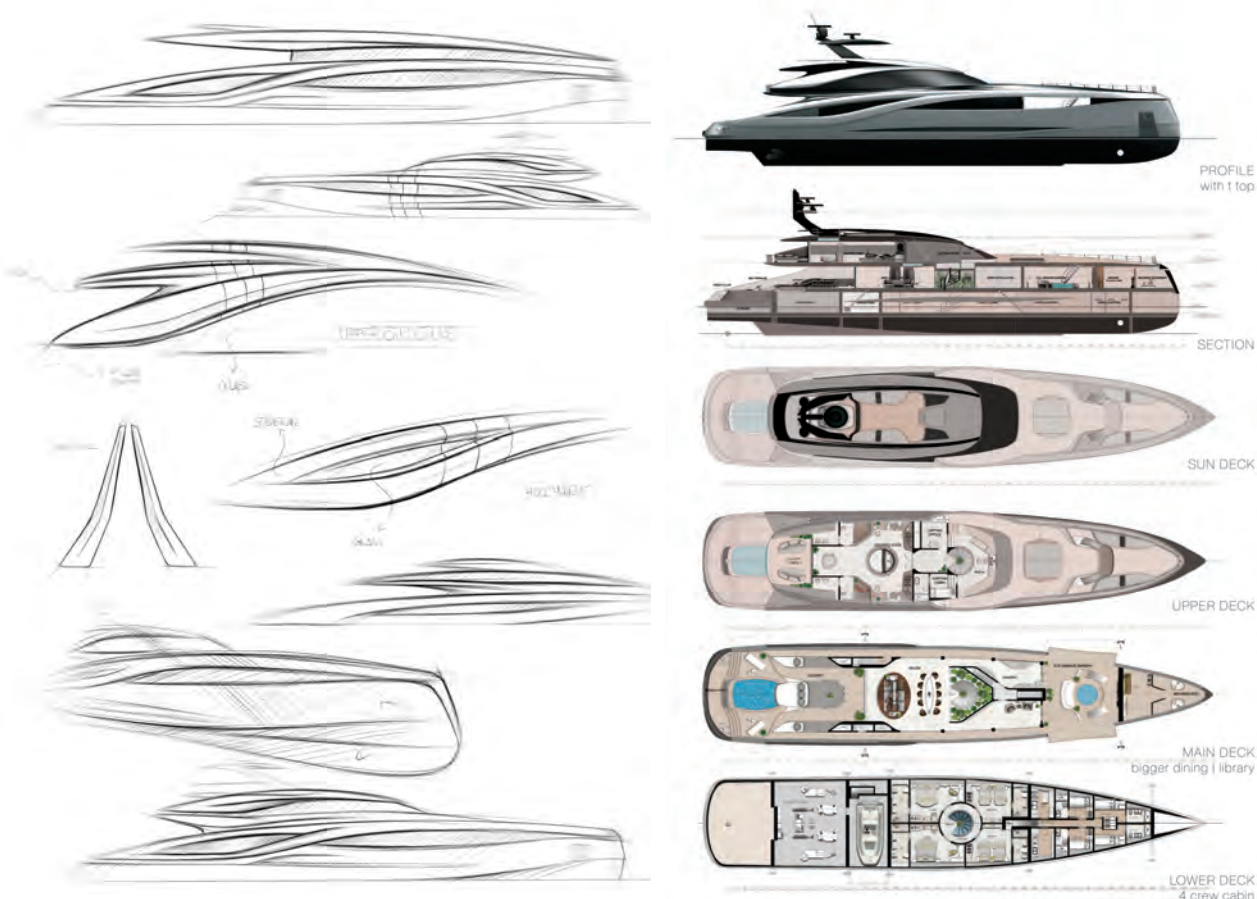
"ONE-OFF" SOLUTION



Marta Cinti

The yacht design world is rapidly evolving, and the contamination with other design areas, now increasingly common, increases experimentation and stimulates research. With this in mind, IED in Turin launched the Master's programme in Yacht Design at the beginning of 2022 with the coordination of Federica Bertolini, Design Director of Azimut Benetti Group, and designer Michele Albera, whom we met at the conclusion of the first year of the course.

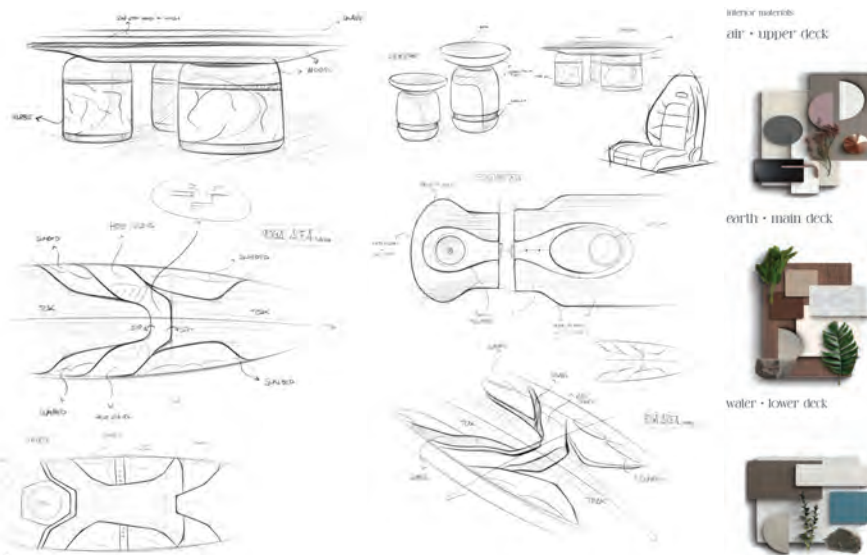
"It was a very interesting experience that allowed our students to deal with two customers. On the one hand, Rossinavi, one of the most innovative brands in today's nautical industry, and on the other, Poltrona Frau, a symbol of craftsmanship and Made in Italy tradition", he said. "The development of the end-of-course theses involved students in a comprehensive and realistic work that took into consideration all key aspects in the conception and design of a "one-



"Hermione", inspired by the actress Emma Watson, by Ezgi Ayer, Alessandro Mandruzzato, Jasmin Ozmen, Federica Zannini.

A fascinating and original proposal, attentive to Rossinavi's styles, but oriented toward their future evolution. Here every detail was designed ad hoc, from the surfaces to the technical elements and interiors, for which the students designed an original furniture collection. Interesting is attention paid to the role of light and lighting design that complements the concept.

Una proposta affascinante e originale, attenta agli stili di Rossinavi, ma orientata ad una loro evoluzione futura. Qui ogni dettaglio è stato disegnato ad hoc, dalle superfici, agli elementi tecnici, agli interni per i quali gli studenti hanno ideato una vera e propria collezione di arredi. Interessante l'attenzione dedicata al ruolo della luce e al design dell'illuminazione che completa il concetto.



off" yacht, taking as a reference a famous character as the fictional boat owner".

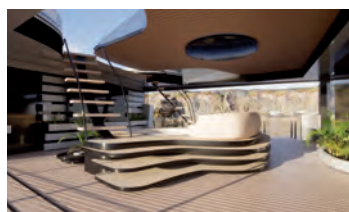
Twelve young people from educational backgrounds in Architecture, Interior Design and Graphic Design were involved on three projects divided into teams of four. "Having a group of stu-

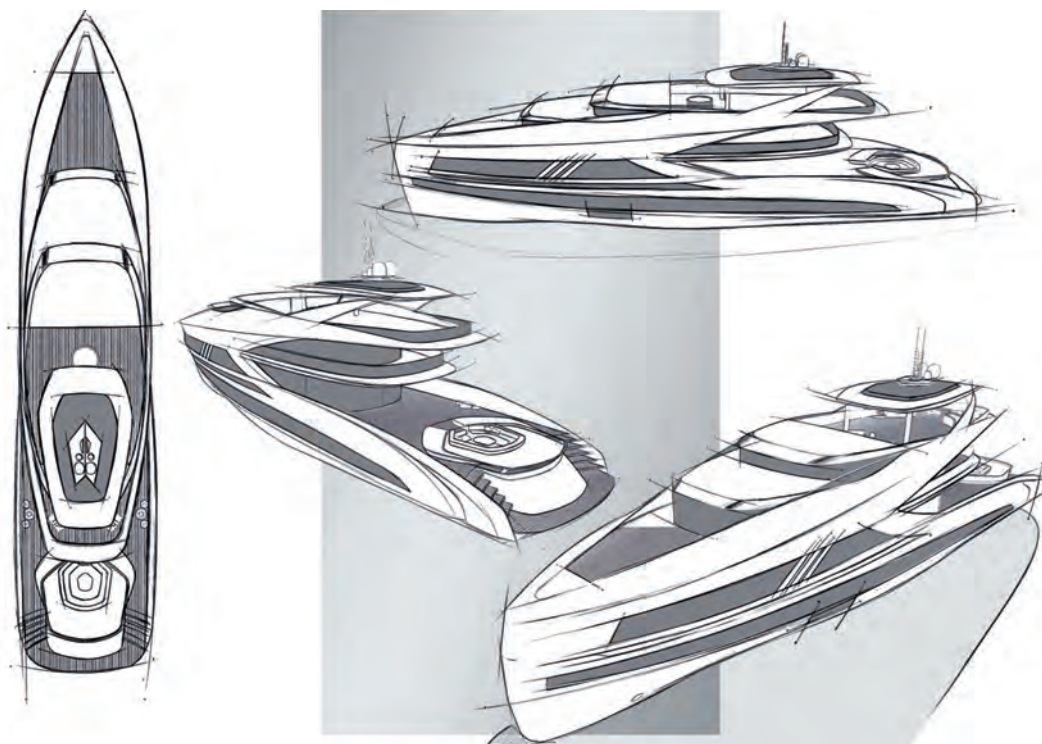
dents new to yacht design allowed us to work in a structured manner. Before starting the design phase, we covered the theory, introduced the use of specific software and visited several boatyards in Italy to learn about different working methodologies", explained Albera.

The design method thus followed the orientation proposed by the Master's programme, which, going beyond the classical approach to marine architecture, introduces technical solutions and a process borrowed from the car design world, broken down into sketching, 3D mod-

elling, rendering view and development of final videos illustrating the most distinctive solutions conceived by the students.

"The freedom that the companies chose to give the students and their creative spirit produced very different works in contrast with solutions that are stylistically





"Halley", inspired by the racing driver Sebastian Vettel, Marco Calcagni, Alessandro Della Villa, Swalyhin Khan, Mariana Ortiz Castano.

More traditional in its management of space, both externally and internally, this proposal is a tribute to sportiness. It places emphasis on a style strongly influenced by automotive design, with a sharp, taut bow that gives rise to aggressive, streamlined lines that generate the architecture and characterise its proportions.

Più tradizionale nella gestione degli spazi, sia esternamente che internamente, questa proposta è un omaggio alla sportività. Pone l'accento su uno stile fortemente influenzato dal design automotive, con una prua affilata e tesa che dà origine a linee aggressive e filanti che generano l'architettura e ne caratterizzano le proporzioni.

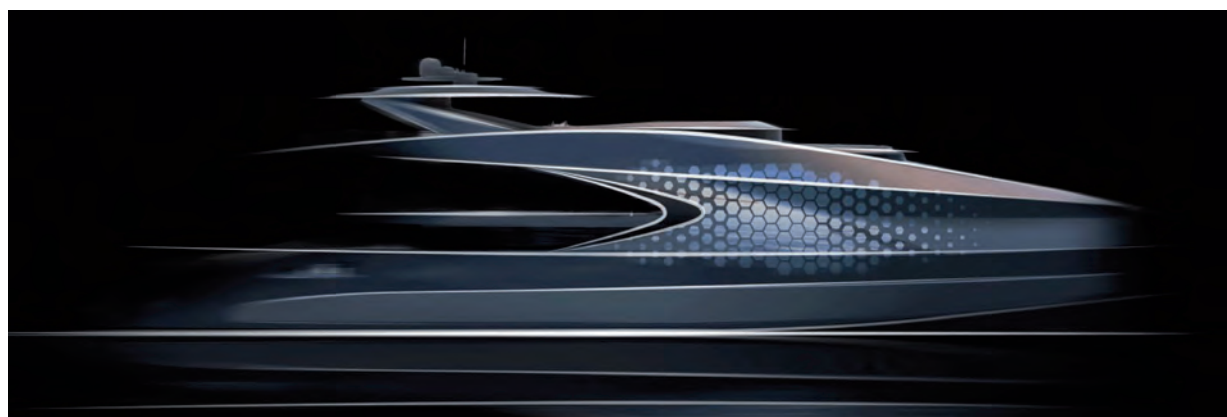
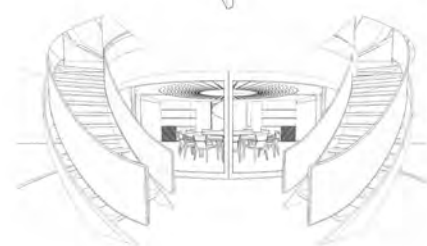
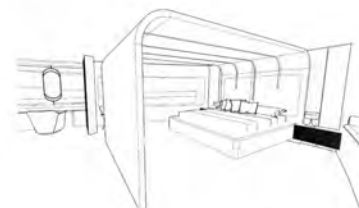
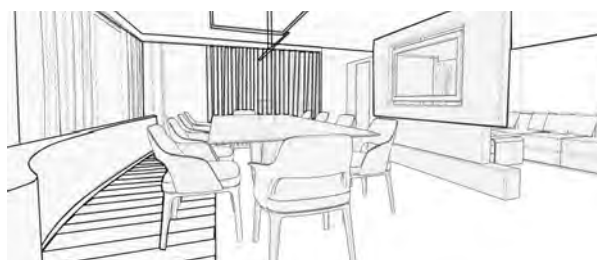


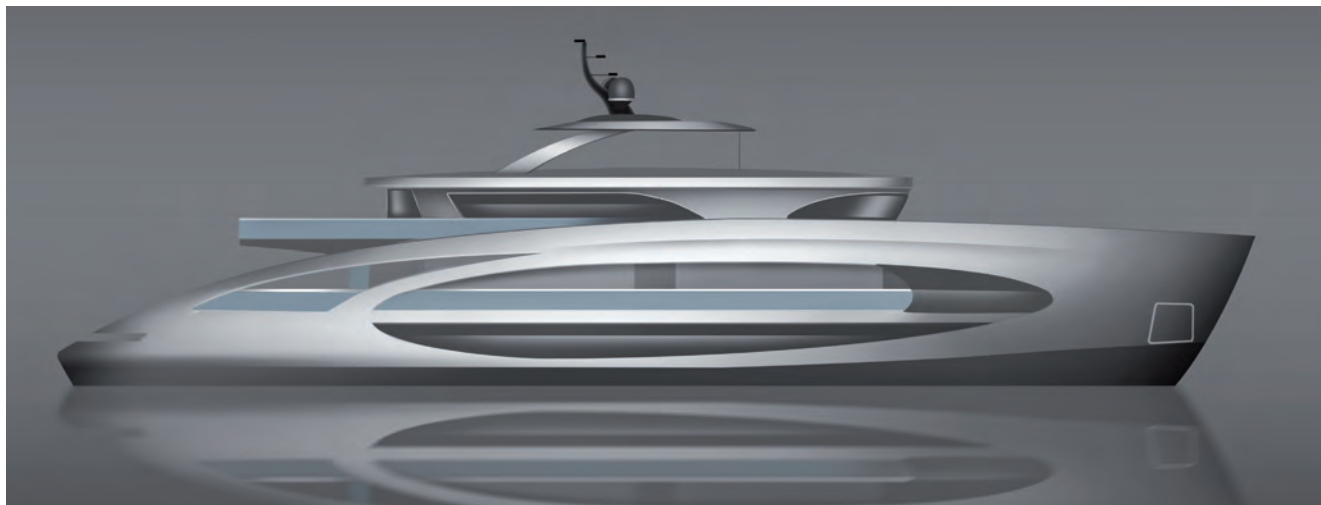
faithful to the Rossinavi style with experiments with unstructured surfaces and more aggressive automotive-inspired interpretations", he concludes. In addition to the coordinators and faculty involved, the students were followed throughout the duration of the Master's programme by: Federico Rossi, Rossinavi COO at Rossinavi and Marco Gaspari, Head of Sales, Contract & Marine Business Unit of Poltrona Frau. ■■■

IPOTESI "ONE-OFF"

Il mondo dello yacht design evolve velocemente e la contaminazione con altri settori della progettazione, ormai sempre più frequente, accresce la sperimentazione e stimola la ricerca. Partendo da questo presupposto lo IED di Torino ha lanciato, ad inizio 2022, il Master in Yacht Design con il coordinamento di Federica Bertolini, Direttrice del Design di Azimut Benetti Group, e del designer Michele Albera, che abbiamo incontrato a conclusione del primo anno di corso.

«E' stata un'esperienza molto interessante che ha permesso ai nostri studenti di confrontarsi con una doppia committenza. Da un lato Rossinavi, uno dei brand più innovativi del settore nautico attuale, e dall'altro Poltrona Frau, simbolo di artigianalità e tradizione del made in Italy», racconta. «Lo sviluppo delle tesi di fine corso ha





"The Inception", inspired by the actor Leonardo di Caprio, by Alessio Carosi, Matteo Di Lisi, Marta Magni, Domenico Della Malva.

The broadside with the eye-shaped glazing is certainly the highlight of this project, an unexpected and spectacular aesthetic solution, particularly in the nighttime solution with the luminous frame emphasising the element in the dark. The spa and sauna with distinctive furnishings, the feng shui-inspired elements and the presence of green areas, make this a sophisticated and original proposal.

La murata con la vetrata a forma di occhio è certamente il punto di forza di questo progetto, una soluzione estetica inaspettata e spettacolare, in particolare nella soluzione notturna con la cornice luminosa che enfatizza l'elemento al buio. La spa e la sauna con arredi caratteristici, gli elementi ispirati al feng shui e la presenza di aree verdi, inusuali sulle barche, rendono questa proposta ricercata e originale.



coinvolto gli studenti in un lavoro completo e realistico che ha tenuto in considerazione tutti gli aspetti chiave nell'ideazione e progettazione di uno yacht "one-off", prendendo come riferimento un personaggio famoso in qualità di immaginario armatore».

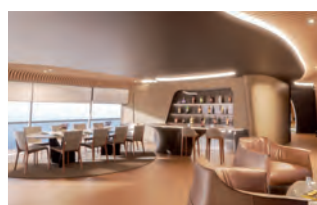
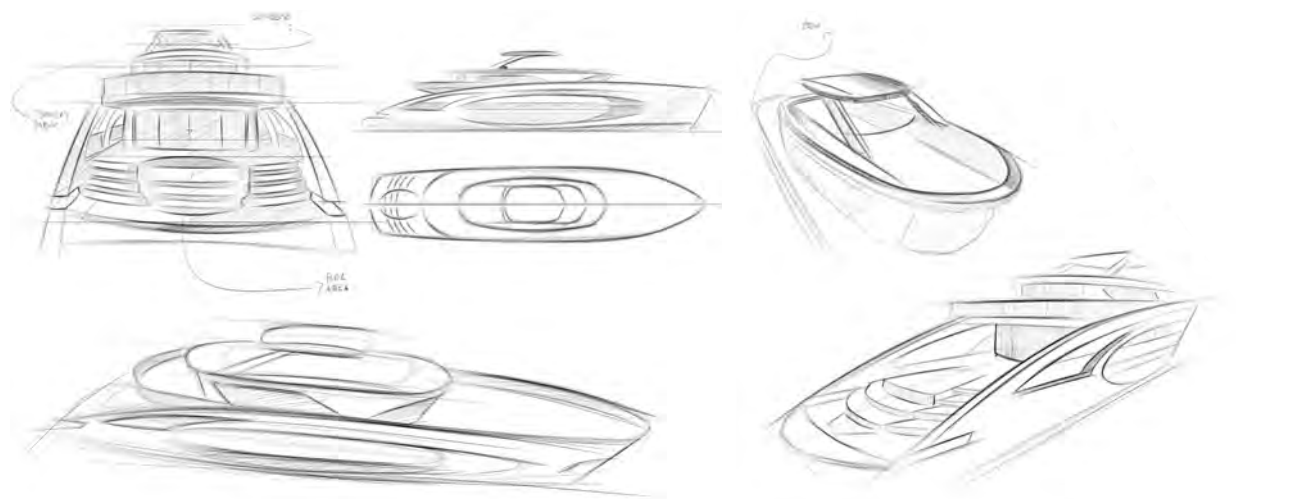
Dodici i giovani coinvolti, provenienti da percorsi formativi in Architettura, Design di interni e Grafica che hanno lavorato a tre progetti suddivisi in team di tre persone. «Avere di fronte un gruppo di studenti neofiti di yacht design ci ha permesso di lavorare in modo strutturato. Prima di avviare la fase progettuale, abbiamo affrontato la teoria, introdotto l'uso di software specifici e visitato diversi cantieri nautici in Italia per conoscere le diverse metodologie di lavoro», ha spiegato Albera.

La modalità progettuale ha poi seguito l'orientamento proposto dal Master che, superando il classico approccio all'architettura navale, introduce soluzioni tecniche e dinamiche mutuare dal mondo del car design con fasi di sketching, modellazione 3D, visualizzazione in rendering e sviluppo di video finali che illustrano le soluzioni più caratterizzanti ideate dagli studenti.

«La libertà che le aziende hanno scelto di lasciare agli studenti e al loro spirito creativo ha dato origine a lavori molto diversi tra loro, che contrappongono soluzioni stilisticamente fedeli allo

stile Rossinavi, a sperimentazioni con superfici destrutturate ed interpretazioni più aggressive ispirate all'automotive», conclude. Oltre ai coordinatori e ai docenti coinvolti, hanno seguito gli stu-

denti per tutta la durata del Master: Federico Rossi, Coo Rossinavi presso Rossinavi e Marco Gaspari, Head of Sales Contract & Marine Business Unit di Poltrona Frau. ■■■



Founded in 1979 by/Fondata nel 1979 da
Fulvio Cinti

CEO/Amministratore Unico
Laura Carpaneto
laura.carpaneto@autodesigndesignmagazine.com

Editor/Direttore Responsabile
Silvia Baruffaldi
silvia.baruffaldi@autodesigndesignmagazine.com

Editorial office/In Redazione

Desk Editor & Graphic Design
Marta Cinti
marta.cinti@autodesigndesignmagazine.com

Editorial Assistant, Web & Social Media
Elisabetta Massola
elisabetta.massola@autodesigndesignmagazine.com

Contributing writers/Collaboratori
Mario Cianflone
mario.cianflone@gmail.com

Nick Gibbs
gibbs.nick@icloud.com

Peter Sigal
pasigal@gmail.com

Fabio Galvano
fabio_galvano@hotmail.com

Edoardo Nastri
edoardo.nastri@yahoo.com

Silvio jr. Suppa
silviojr.suppa@gmail.com

Drive Media
Francesco Barontini
Pietro Cardone
Filippo Einaudi
redazione@drivemedia.it

Industrial design
Alberto Bassi
bassi@iuv.it

Ali Filippini
alifilippini@gmail.com

English version/Versione inglese
Dialogue International (Torino)
Alltrad (Torino)

Administration office/Amministrazione
Maria Teresa Fausto
terry.fausto@autodesigndesignmagazine.com

Subscriptions, Online & Back Issues
Abbonamenti, copie online e arretrati
Paola Sorbara
paola.sorbara@autodesigndesignmagazine.com

Advertising/Pubblicità

Advertising Department
adv@autodesigndesignmagazine.com
Tel: +39 011 19708530-31

A&D 260

Next issue/Nel prossimo numero

Cover story
Lamborghini Design

Design story
Aehra

Design story
Kia EV9

Design story
Range Rover Velar

Event
Car Design Award 2023

Special feature
Geely Design



Copyright © 2023 by AUTO & DESIGN

www.autodesigndesignmagazine.com

Auto&Design

Direzione, redazione, amministrazione:
Via Pietro Egidi, 6
10122 Torino (Italy)
Tel. +39-011/19708530
Fax +39-011/19708531
E-mail: info@autodesigndesignmagazine.com

Pubblicità:
Via Pietro Egidi, 6
10122 Torino (Italy)
Tel. +39-011/19708530
Fax +39-011/19708531
E-mail: adv@autodesigndesignmagazine.com

Registrazione al Tribunale di Torino
n. 2877 del 31-5-1979

Stampatore: Stamperia Artistica
Nazionale Spa - Trofarello (To)

Un numero: Euro 10,00
(in Italy/in Italia)

Back issues: please contact
the subscription service.

Copie arretrate: contattare
il servizio abbonamenti.

Distribution in Italy/Distribuzione Italia:
IPS Italia Srl - www.ips-italia.it

Distribution abroad/Distribuzione
all'estero: A.I.E. Agenzia Italiana di
Esportazione S.r.l.
Via Manzoni, 12 - 20089 Rozzano (MI)
Tel. +39-02/5753911
E-mail: info@aie-mag.com

Distribution in Japan/Distribuzione in
Giappone: Tools INT'L Corp.
TOC Bldg. 8F, 7-22-17 Nishi-
Gotanda, Shinagawa-ku, Tokyo
141-0031, JAPAN
TEL: +81-3-6757-3272



Associata dell'USPI
Unione Stampa
Periodica Italiana

Information supplied by subscribers is
used exclusively for mailing the magazine
and will not be divulged to third parties
for any reason whatsoever.

I dati forniti dai sottoscrittori degli abbonamenti vengono utilizzati esclusivamente per l'invio della pubblicazione e non vengono ceduti a terzi per alcun motivo.

Please note, any material submitted to
our editorial office cannot be returned.
Original artwork will be forwarded upon
request and at sender's expense.

Tutto il materiale inviato alla redazione
non viene restituito. Eventuali originali
possono essere rispediti a spese del
richiedente.

Transportation Design School

Check the IED educational offer dedicated to Transportation Design

ied.edu

AVA, by P. Artigiani, F. Boasso, L. Orsillo, N. Arici, in collaboration with Hyundai



Find your Difference





NUOVO LEXUS RX

ALLA GUIDA DELL'ECCELLENZA.

Migliorare ogni giorno è l'unico modo che conosciamo per raggiungere l'eccellenza. Un impegno sempre costante che oggi celebriamo con il grande ritorno di Nuovo Lexus RX, il primo SUV ibrido di sempre, ora ancora più elegante e potente grazie alle sue nuove motorizzazioni.

PREMIUM HYBRID | PLUG-IN HYBRID | HYBRID TURBO



Messaggio pubblicitario con finalità promozionale. Maggiori informazioni su [lexus.it](https://www.lexus.it). Immagine vettura indicativa.

Valori massimi WLTP riferiti alla gamma Lexus RX Plug-In Hybrid: consumo combinato 1,2 l/100 km, emissioni CO₂ 26 g/km. Valori massimi WLTP riferiti alla gamma Lexus RX Hybrid: consumo combinato 8,5 l/100 km, emissioni CO₂ 189 g/km (WLTP - Worldwide harmonized Light vehicles Test Procedure ai sensi del Regolamento UE 2017/1151). Dati provvisori e soggetti ad omologazione finale.