

Auto & Design

BIMONTLY ENGLISH - ITALIANO

CONCETTO ARCHITETTURA IMMAGINE



LAMBORGHINI REVUELTO, FROM NOW ON

NUOVO FORD EXPLORER 100% ELETTRICO



L'esplorazione continua.

Ford

BRING ON
TOMORROW

Il veicolo mostrato è una unità di pre-produzione, non ancora disponibile per la vendita. Veicolo in fase di omologazione WLTP.

ford.it

SUPER CAR DESIGN

Electrification and sustainability are the inescapable themes of the moment, but what always makes the hearts of four-wheel enthusiasts beat faster is the sports car. Provided it is well designed, of course, and Italian brands still have much to say in this area, as Lamborghini proves with the spectacular Revuelto, the subject of our cover story. A supercar that is new in every detail, including the hybrid powertrain, yet entirely consistent with the lineage of the illustrious V12 models that preceded it (page 6).

In the meantime, Ferrari Design was honoured twice in the 2023 Car Design Award, for the design of the Purosangue and for the excellent work done on the entire range (page 2). Maserati also stands by the Italian sports car tradition, as we tell in the design story of the GranTurismo (page 54).

On the other hand, there are those who benefit from having a history that is largely still to be written, such as Cupra with the Tavascan (page 42): here too, the theme is sportiness, but with an electric motor and a design that goes against the widespread formal minimalism. No less courageous are the Korean brands, which do not lack the inclination to take risks by experimenting with aesthetic-formal solutions to which we are not accustomed, see Hyundai with the new Kona (page 16) and Kia with EV9 (page 22). Designers never get bored.

Elettrificazione e sostenibilità sono gli imprescindibili temi del momento, ma a far battere il cuore degli appassionati delle quattro ruote è sempre l'auto sportiva. Purché sia ben disegnata, ovviamente, e i marchi italiani hanno ancora molto da dire in questo settore, come dimostra Lamborghini con la spettacolare Revuelto, oggetto della nostra Cover story. Una supercar nuova in ogni dettaglio inclusa la propulsione ibrida, eppure del tutto coerente con la stirpe degli illustri modelli V12 che l'hanno preceduta (p. 6).

Intanto il Design Ferrari è stato doppia-mente premiato nell'edizione 2023 del Car Design Award, per il progetto della Purosangue e per l'eccellente lavoro svolto sull'intera gamma (p. 2). Anche Maserati tiene fede alla tradizione italiana delle auto sportive, come raccontiamo nella design story della GranTurismo (p. 54).

Per contro, c'è chi trae vantaggio dall'avere una storia in gran parte ancora da scrivere, come Cupra con la Tavascan (p. 42): anche qui il tema è la sportività, ma con motorizzazione elettrica e un design in controtendenza con il diffuso minimalismo formale. Non meno coraggiosi sono i marchi coreani, cui non manca la propensione ad assumere rischi per sperimentare soluzioni estetico-formali cui non siamo abituati, vedi Hyundai con la nuova Kona (p. 16) e Kia con EV9 (p. 22). Chi si occupa di design non si annoia mai.

Silvia Baruffaldi, Editor

Contents / Sommario

2	Event Car Design Award 2023	42	Design story Cupra Tavascan
6	Cover story Lamborghini Revuelto	48	Design story Ford Explorer
16	Design story Hyundai Kona	54	Design story Maserati GranTurismo
22	Design story Kia EV9	60	Design story LR Range Rover Velar
28	Interview Robin Page/Volvo	64	Design story SAIC Rising Auto F7
32	Special feature Geely Design	68	School China Academy of Fine Arts



MEETING THE WINNERS



For the second year running, the ADI Design Museum in Milan has provided a magnificent backdrop for the Car Design Award, the international honour that has been organised by our magazine since 1984. Winners of the 2023 edition were the design teams from Genesis for the X Convertible (Concept cars category), Ferrari for the Purosangue (Production Cars category) and Ferrari again for its Brand Design Language, awarded to the team that has best interpreted the consistency and transversality of the brand's design language across the entire product range. As is traditional, the winners were selected by a jury of experts, journalists from leading international car magazines.

Last 18 April, on the occasion of the presentation of the awards - made by Brembo, a partner in the initiative since the prize was relaunched in the 2000s - the design community attended an exclusive Talk entitled "High Performance Design". Discussing the relationships between style, form, design and speed were Flavio Manzoni, Chief Design Officer Ferrari, Alberto Ferrari, Brand Manager Brembo, and Gregorio Marsiaj, Executive Vice President Sabelt.

The concept car trophy was collected by Il-Hun Yoon, Head of Genesis Design Group, while the two awards won by the Ferrari design team were presented to Angelo Nivola, Head of Interior Design Ferrari Purosangue, Federico Acuto, Lead Exterior Design Ferrari Purosangue, Mauro Silva, Lead 3D Surface



Modeller Ferrari Purosangue and Flavio Manzoni for the Brand Design Language.

According to the jury, the Genesis X Convertible stood out as the finest looking of the 10 concept car finalists. "Genesis has been on a roll recently, with truly clean and premium design, epitomized in the Genesis X Convertible. This project plays elegantly with the design elements of classic sports convertibles in a contemporary interpretation, enhancing Genesis design DNA".

The Ferrari Purosangue epitomised the jury by its "stunning proportions for an SUV that

looks more compact than its actual size. Accessibility and roominess are best in class, thanks also to an elaborate and visually appealing door system. Unmistakably a Ferrari, which sets itself apart from all the other high end marque SUVs". And these were the motivations that led the Prancing Horse design team to also take home the Brand Design Language category: "The brand has managed to evolve and innovate without losing its identity, while opening an intelligent way for independent model lines". ■■■

Il progetto della Ferrari Purosangue (nella foto sopra) è il vincitore del Car Design Award 2023 per le Production Cars. Nella foto da destra verso sinistra, Angelo Nivola, Head of Interior Design Ferrari Purosangue, Federico Acuto, Lead Exterior Design Ferrari Purosangue e Mauro Silva, Lead 3D Surface Modeller Ferrari Purosangue con il trofeo presso l'ADI Design Museum.

PREMIATI I VINCITORI

Per il secondo anno consecutivo l'ADI Design Museum di Milano è stata la splendida cornice del Car Design Award, il premio internazionale dedicato allo stile automobilistico organizzato dalla nostra rivista fin dal 1984. Ad aggiudicarsi l'edizione 2023 i team di design di Genesis, per la X Convertible (categoria Concept cars), Ferrari per la Purosangue (categoria Production Cars) e ancora Ferrari per il Brand Design Language, assegnato al team di design che meglio ha lavorato alla consistenza e alla trasversalità del linguaggio formale del marchio sull'intera gamma prodotto. Come da tradizione i vincitori sono stati eletti da una giuria di esperti, giornalisti delle principali testate automobilistiche internazionali.

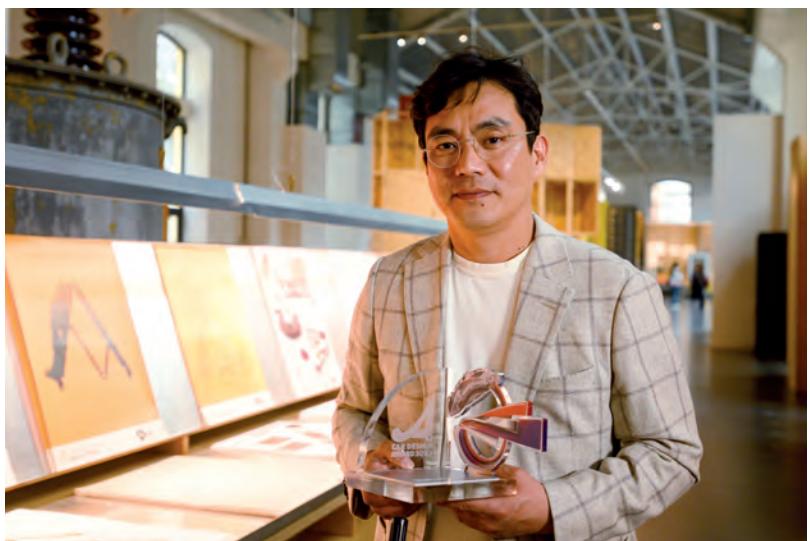
Lo scorso 18 aprile, in occasione della consegna dei premi - realizzati da Brembo, partner dell'iniziativa da quando il premio è stato rilanciato negli anni 2000 - la comunità del design ha assistito a un esclusivo Talk dal titolo "Il design ad alte prestazioni". A confrontarsi sulle relazioni che intercorrono tra stile, forma, design e velocità Flavio Manzoni, Chief Design Officer Ferrari, Alberto Ferrari, Brand Manager Brembo e Gregorio Marsiaj, Executive Vice President Sabelt.

Il trofeo dedicato alle concept car è stato ritirato da Il-Hun Yoon, Head of Genesis Design Group, mentre i due riconoscimenti vinti dal team di design Ferrari sono stati consegnati a Angelo Nivola, Head of Interior Design Ferrari



The Genesis X Convertible, winner of the Car Design Award 2023 in the Concept Cars category, and Il-Hun Yoon, Head of Genesis Design Group, with the trophy.

La Genesis X Convertible, vincitrice del Car Design Award 2023 per la categoria Concept Cars, e Il-Hun Yoon, Head of Genesis Design Group, con il trofeo.



For its ability to evolve and innovate without losing its identity, Ferrari won the Car Design Award 2023 in the Brand Design Language category. The trophy was presented to Flavio Manzoni, Ferrari Chief Design Officer, above.

Per la sua capacità di evolvere e innovare senza perdere la propria identità, Ferrari ha vinto il Car Design Award 2023 nella categoria Brand Design Language. Il trofeo è stato consegnato a Flavio Manzoni, Chief Design Officer Ferrari, sopra.





"High performance design" is the title of the talk that preceded the prize giving ceremony. At the opening of the event, the greeting of Luciano Galimberti, President of ADI.

"Il design ad alte prestazioni" è il titolo del Talk che ha preceduto la cerimonia di premiazione. In apertura dell'evento, il saluto di Luciano Galimberti, Presidente ADI.



Purosangue, Federico Acuto, Lead Exterior Design Ferrari Purosangue, Mauro Silva, Lead 3D Surface Modeler Ferrari Purosangue, e a Flavio Manzoni per il Brand Design Language.

Secondo la giuria, la Genesis X Convertible ha brillato come più bella tra le 10 concept car finaliste: "Genesis ha fatto faville negli ultimi tempi, con un design davvero pulito e premium, incarnato dalla Genesis X Convertible. Questo progetto gioca elegantemente con gli elementi stilistici delle classiche cabriolet sportive in un'interpretazione contemporanea, esaltando il Dna del design Genesis".

La Ferrari Purosangue ha convinto la giuria per le sue "proporzioni straordinarie che la fanno apparire più compatta rispetto alle sue dimensioni reali. L'accessibilità e l'abitabilità sono ai vertici della categoria, grazie anche a un sistema di porte elaborato ed esteticamente accattivante. Inconfondibilmente Ferrari, si distingue da tutti gli altri Suv di alta gamma". Questa, invece, la motivazione che ha portato il team dei design del Cavallino a vincere anche la categoria Brand Design Language: "Il marchio è riuscito a evolversi e innovare senza perdere la propria identità, aprendo al contempo un nuovo capitolo per linee di modelli indipendenti". ■■■



EQS SUV

THIS IS FOR PIONEERS.

Una tecnologia più intelligente, un motore 100% elettrico con un'autonomia di oltre 670 km e uno spazio sconfinato che apre le porte a una nuova era del lusso. Raggiungi prima di tutti la vera innovazione.
Scopri di più su mercedes-benz.it

Per prenotare un test drive o richiedere un preventivo ti basta dire “Alexa, avvia Mercedes-Benz”. Scarica la Skill.



EQS SUV | Consumi WLTP ciclo misto: consumo di energia elettrica in kWh/100 km: 15,2 - 24,1;
Emissioni di CO₂ (g/km): 0.

A SPACESHIP FOR TOMORROW



Silvia Baruffaldi

"We are walking in the footsteps of our illustrious predecessors. The overall form comes from the Countach, scissors doors and all, then a touch of craziness from the Diablo, especially on the rear wing. And again, the determined look of the Murcielago and of course the Aventador, which is always in our hearts. Now with the Revuelto it is time to open the doors to the future". This is how Mitja Borkert introduces the new supercar with which Lamborghini celebrates its V12 engine in a plug-in hybrid version, an absolute novelty, just as completely new as the monocoque structure on which the car is built, an aeronautics-inspired monofuselage made entirely of carbon fibre that offers extra strength and torsional stiffness against a reduction in weight.

The Revuelto, codename LB744, is also a record-breaking supercar in terms of its styling, done entirely under the guidance of Borkert, Lamborghini's Head of Design since 2016. "For this car we went through 17 scale models, the most extensive creative research ever done here at Sant'Agata Bolognese. When I arrived at Lamborghini I found a team brimming with energy and creative power, so while we were defining the new proportions we also carried on exploring multiple themes in parallel. Of course, the main mission was to guarantee the brand's DNA even with all the innovations", he told us on a tour of the Style Centre for a preview of the Revuelto where it actually took shape.

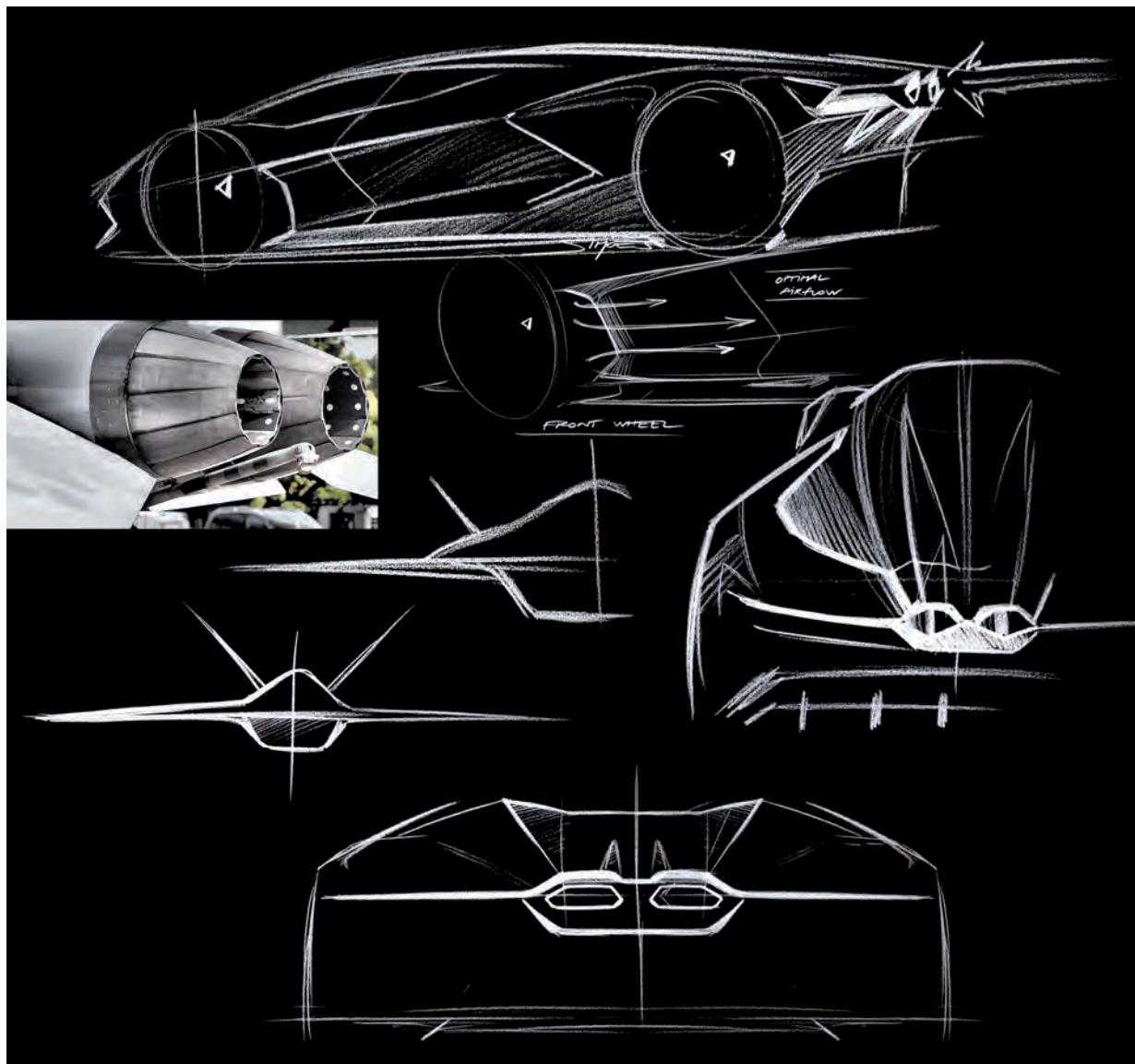
As in every project proportions come first. The wheelbase is increased (+79 mm) as is the overall height (+24 mm) compared to the Aventador, to the benefit of roominess. "We listened to customer feedback and ended up giving the interior more space, for everyday driving fun but also for the track wearing a helmet, as the seat is slightly lower. Also, road presence is crucial for us and that is why we have big wheels, 21" in front and 22" in the rear. Of course, we also wanted an unmis-

Lamborghini's first V12 plug-in hybrid HPEV (High Performance Electrified Vehicle) super sports car, the Revuelto interprets the theme of electrification with fresh proportions and an aerospace-inspired design that remains true to the brand's DNA and its historic V12s (left).

Prima supersportiva V12 ibrida plug-in HPEV (High Performance Electrified Vehicle) di Lamborghini, la Revuelto interpreta il tema dell'elettrificazione con nuove proporzioni e un design ispirato a elementi aerospaziali, fedele però al Dna del marchio e alle sue storiche V12 (a sinistra).

takable overall silhouette and in the front view we always have the steeply sloping side windows, so you recognise a Lamborghini from miles away. It's like a spaceship".

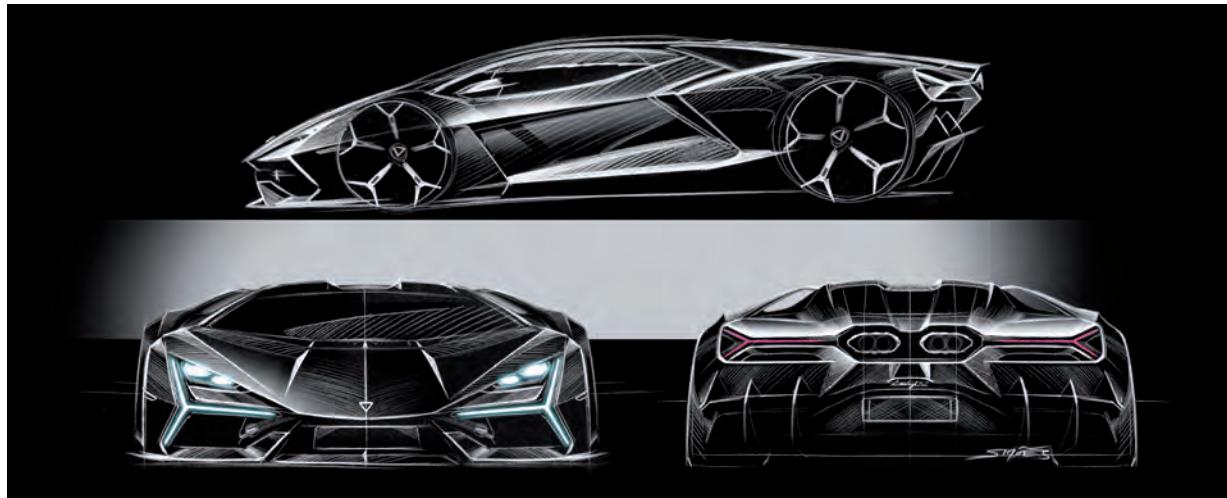
A spaceship, but with the engine in full view, one of the aspects that Mitja Borkert links up to another of his passions: "As you know, I am a big fan of supersport motorbikes. Right from the start we wanted to show off this fantastic V12 engine, now hybridised, by treating it like a motorbike. So no glass cover, also to save weight. We made what we call this 'cofango' by uniting the parts into one very three-dimensional element that frames the powertrain, flanked by side blades reminiscent of the Diablo, but also a bit like the Miura. It's a piece of modern architecture, you could take it out of the car and hang it on a wall of your house like a beautiful sculpture", he says,



"We have given form to adrenaline itself. Its design opens the door to the future of our design language", says Head of Design Mitja Borkert, here with the Revuelto, unveiled in the year Lamborghini is celebrating its 60th anniversary.

«Abbiamo dato forma all'adrenalina stessa. Il suo design apre la porta sul futuro del nostro linguaggio stilistico», dice il capo del design Mitja Borkert, qui insieme alla Revuelto, presentata nell'anno in cui Lamborghini celebra il suo 60° anniversario.





The determined look of the "shark nose" front end with its barely visible headlights, exposed engine and hexagonal exhausts set high are themes borrowed from the world of motorbikes. Each body part was conceived as a sculpture and honed for aerodynamics.

Lo sguardo determinato del frontale "shark nose" con i fari quasi nascosti, il motore privo di copertura e gli scarichi esagonali portati in alto sono temi mediati dal mondo motociclistico. Ogni elemento della scocca è stato concepito come una scultura e affinato per l'aerodinamica.

inviting us to look at the Revuelto from the rear, his favourite view, "with the engine and the hexagonal exhausts, as you glimpse inside, it conveys how super powerful it is. We have worked a lot on visibility, not just roominess".

The front end is no less compelling for that, with its 'shark nose' pointing downwards to give impetus to the arrow-like progression of the front end in plan view, and with the strong Y-shaped mark of the daytime running lights inserted into the large triangular light clusters. The headlights are very recessed, almost hidden, "a little 'hello' to our friends at Ducati", Borkert comments on this other refer-



ence to motorbike imagery. Also musts for a modern car are the Adas sensors, which on the Revuelto "resemble jet fighter eyes or little torpedoes".

In designing the interior, the designers relied on customer feedback as well as on the driving experience gained by the technicians on the Nardò track, Lamborghini's home circuit. The philosophy followed is 'feel like a pilot', with a very low driving position, a dashboard that is light in design to the advantage of visibility and a latest-generation HMI system that makes it possible to 'swipe' the contents displayed from one screen to another with a single hand gesture, without distracting from driving. And



then there's a little surprise: "Since there's always an alien inside the spaceship in science fiction movies, we put one in there too, with this 'alien look'", jokes Borkert about the image that you get at first glance when you look at the Y-shaped carbon fibre element in the centre of the dashboard.

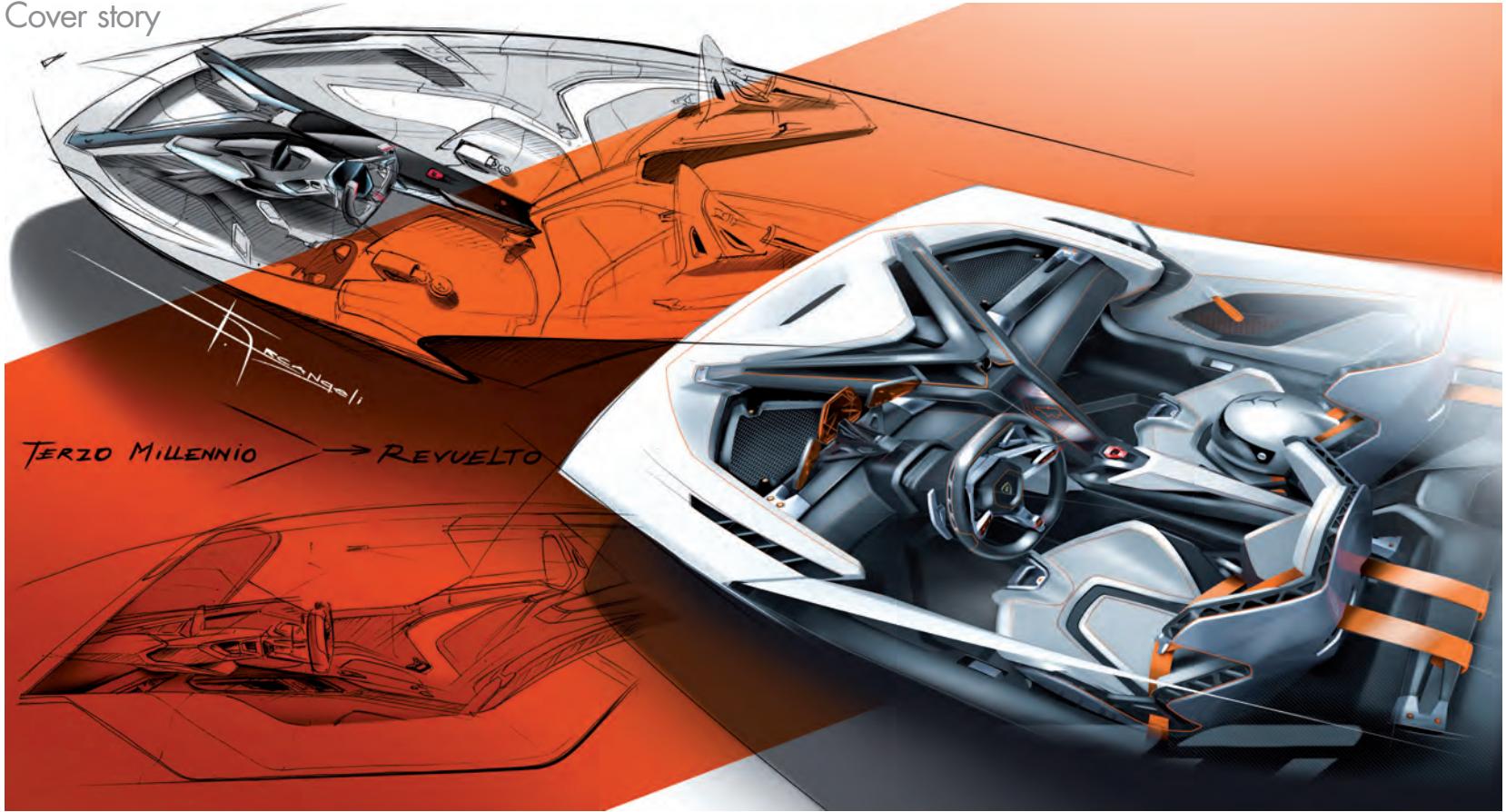
A cool shape does not exclude functionality. In the console that fits above the lengthwise tunnel (housing the batteries that power the Revuelto's three electric motors, two dedicated to the front wheels and the third for the rear axle) there is finally room for small items with dedicated functions, from the compartment with a phone charger to cup holders. The space behind the seats and the front luggage compartment also ensure the possibility of storing the necessities for a weekend trip.

Everything is always consistent with Lamborghini's design DNA, in the overall forms as well as in the



Mitja Borkert and his colleagues with scale models done for the LB744 project, which Borkert calls "the most extensive creative research ever conducted at Sant'Agata Bolognese". Left, a study of the front lights inspired by the Terzo Millennio concept, unveiled by Lamborghini in 2017.

Mitja Borkert e i suoi collaboratori con i modelli in scala realizzati per il progetto LB744, che Borkert definisce «la più ampia ricerca creativa mai condotta a Sant'Agata Bolognese». A sinistra, lo studio delle luci frontalì ispirate dalla concept car Terzo Millennio, presentata da Lamborghini nel 2017.



"Feel like a pilot" is the philosophy followed for the interior. "We did a lot of work on roominess and the easier access made possible by the new chassis", says Manuele Amprimo, head of interior design, about the scooped-out shapes and the less intrusive sill.

"Feel like a pilot" è la filosofia seguita per l'interno. «Abbiamo lavorato molto sull'abitabilità e l'accesso più agevole, grazie al nuovo telaio», dice Manuele Amprimo, responsabile dell'interior design a proposito delle forme scavate e del banchetto meno intrusivo.

details, in which the Y sign and the hexagon, namely the polygon deriving from the intersection of several Y shapes, recur. The exterior surfaces are obviously the result of constant collaboration with the aerodynamics team, "they are our friends, once the design was established we took a style model to the wind tunnel and started the refinements to boost the downforce by 70%", notes Borkert, who is keen to emphasise the importance of teamwork.

"It is my honour to explain the Revuelto, but it is the work of the whole Style Centre, it has been our principal project for the last few years. It has been a fantastic journey and today I am happy to be able to tell you the design story of this car". ■■■



Mitja Borkert with Biagio De Pascali (3D Modelling) and Nelson Simões (Senior Exterior Designer). Opposite page: 1, Borkert and Luca Proglio. 2, Borkert with Carine Schweitzer (Colour and Trim designer) and Manuele Amprimo (Chief Interior Design, Color & Trim and HMI). 3, Amprimo with Jacopo Arcangeli (Interior Senior Designer) and Borkert.

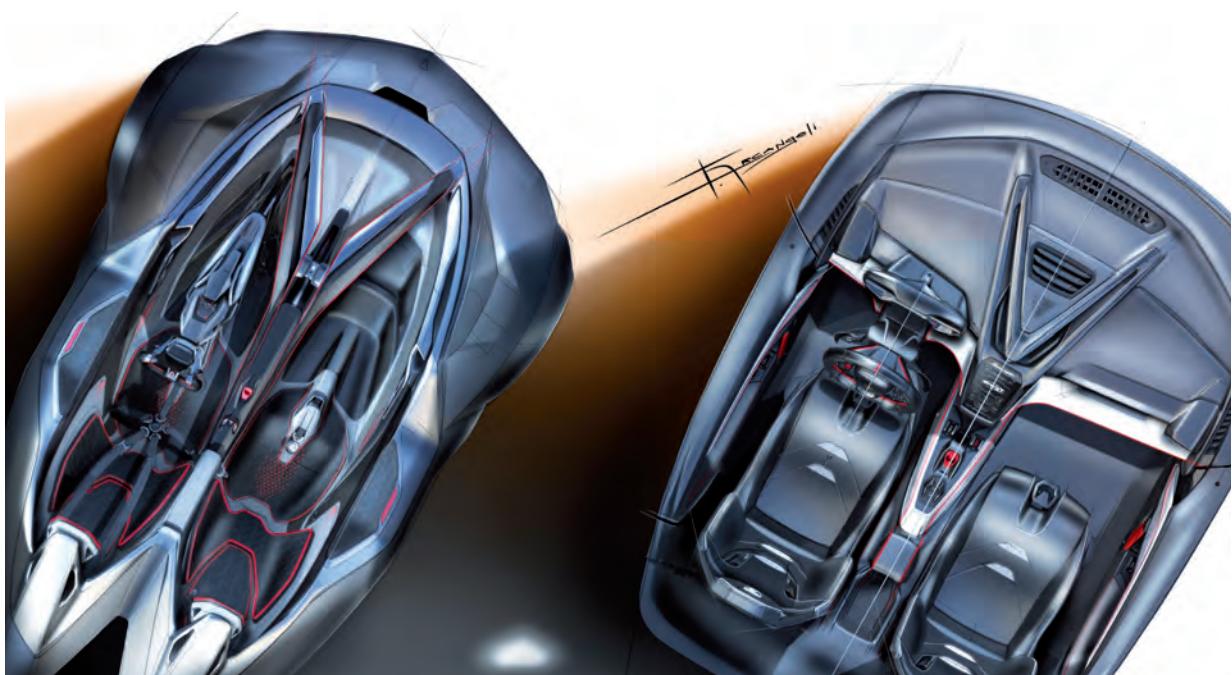
ASTRONAVE VERSO IL DOMANI

«**C**amminiamo sulle orme di predecessori illustri. La Countach ci ha dato la forma complessiva, con le porte che si aprono in verticale, poi abbiamo un po' dell'eccentricità della Diablo, specie sul parafango posteriore. E ancora, lo sguardo determinato della Murcielago e ovviamente la Aventador, che è sempre nel nostro cuore. Ora con la Revuelto è tempo di aprire le porte verso il futuro». Mitja Borkert introduce così la nuova supercar con cui Lamborghini celebra il suo motore V12 in versione ibrida plug-in, novità assoluta così come del tutto nuova è la monoscocca su cui la vettura è costruita, il Monofuselage di ispirazione aeronautica interamente in fibra di carbonio che offre più resistenza e rigidezza torsionale a fronte di una riduzione di peso.

Revuelto, nome in codice LB744, è una supercar da primato anche in termini di progetto stilistico, condotto interamente sotto la guida di Borkert, direttore del Design Lamborghini dal 2016. «Per questa vettura abbiamo passato in rassegna 17 modelli in scala, la più grande ricerca ideativa mai fatta qui a Sant'Agata Bolognese. Quando sono arrivato alla Lamborghini ho trovato un team pieno di energia e di grande potenza creativa, così

"We put an alien in the cabin", Borkert jokes about the dominant carbon element on the dash enclosing the central air vents and the 8.4-inch vertical touchscreen. The brand's hallmark Y sign recurs in many aspects of the interior, just as it does on the exterior.

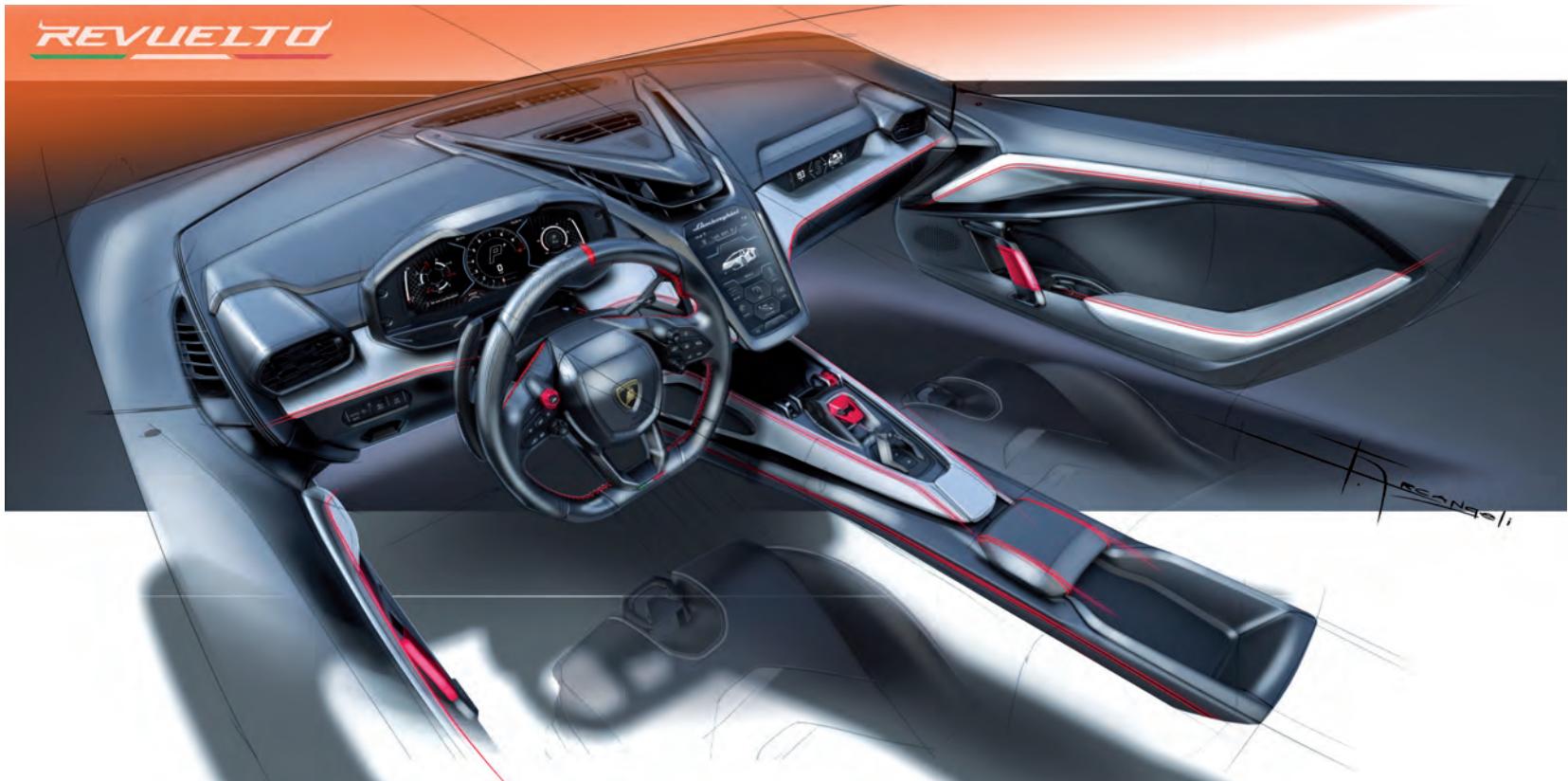
«Abbiamo messo un alieno nell'abitacolo», scherza Borkert a proposito dell'elemento in carbonio dominante sulla plancia, che racchiude le bocchette d'aerazione centrali e il touchscreen verticale da 8,4". Il segno ad Y tipico del marchio ricorre in molti aspetti dell'interno, proprio come all'esterno.



mentre stavamo definendo le nuove proporzioni abbiamo portato avanti anche l'esplorazione di più temi in parallelo. Naturalmente la missione principale era garantire il Dna del marchio, anche nell'innovazione», ci racconta in occasione di una visita al Centro Stile per scoprire in anteprima la Revuelto là dove ha preso forma.

Come in ogni progetto, quindi, le proporzioni innanzitutto. Rispetto alla Aventador si registra un incremento del passo (+79 mm) e dell'altezza totale (+24 mm) a vantaggio dell'abitabilità. «Abbiamo ascoltato i feedback dei clienti dando all'interno più spazio, per il divertimento di guida di ogni giorno ma anche in pista indossando il casco, visto che la seduta è leggermente più bassa. Inoltre, la presenza su strada per noi è fondamentale e per questo abbiamo ruote grandi, da 21" davanti e da 22" dietro.





Naturalmente ci voleva anche una silhouette complessiva inconfondibile e nella vista frontale c'è sempre questa inclinazione netta dei finestrini laterali, riconosci una Lamborghini a miglia di distanza. È come un'astronave».

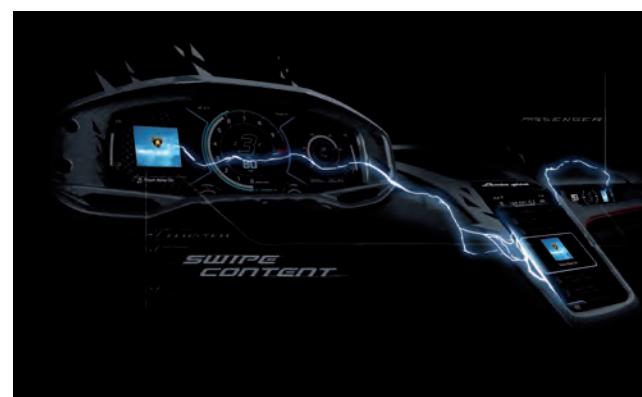
Un'astronave, ma con il motore bene in vista, uno degli aspetti che Mitja Borkert riconduce anche ad un'altra delle sue passioni: «Come sapete, sono un grande fan delle moto supersportive. Sin dall'inizio volevamo mettere in mostra questo fantastico motore V12, ora ibridizzato, trattandolo come sulle moto. Quindi niente copertura in vetro, anche per risparmiare peso. Abbiamo realizzato questo "cofango" unendo le parti in un unico elemento molto tridimensionale che fa da cornice al powertrain, affiancato dalle lame laterali che ricordano la Diablo, ma anche un po' la Miura. È un pezzo di architettura moderna, potresti estrarlo dall'auto e appenderlo a un muro di casa come una bellissima scultura», dice invitandoci ad osservare la Revuelto posteriormente, la sua vista preferita, «con il motore e gli scarichi esagonali, mentre intravedi l'interno, ti trasmette quanto sia super potente. Abbiamo lavorato molto sulla visibilità, non solo sulla spaziosità».

L'anteriore non è per questo meno avvincente, con lo "shark nose" che punta verso il basso, per



The racing-inspired steering wheel was the result of customer feedback and experience from the Essenza SCV12, with buttons and rotors designed for the best possible grip. Below: some studies for the original HMI that introduces a "swipe" control to move content from the centre display to the side displays.

Il volante di ispirazione racing ha tenuto conto dei feedback dei clienti e dell'esperienza della Essenza SCV12, con pulsanti e rotori concepiti per una presa ottimale. Sotto: alcuni studi per l'inedito HMI che introduce il comando "swipe" per spostare contenuti dal display centrale a quelli laterali.



The interior in the final configuration presents a design with a strong personality, a slim dashboard and physical controls reduced to the minimum. For the surfaces, fewer plastics and more noble materials, with an important role for matte-finish carbon, which is technical but discreet in its look and has an anti-reflex function.

L'interno nella configurazione finale vede un design dalla forte personalità, con una plancia sottile e i comandi fisici ridotti al minimo. Per le superfici, meno plastiche e più materiali nobili, con un ruolo importante del carbonio a finitura opaca, tecnico ma discreto nel look e con funzione antiriflesso.



dare slancio all'andamento a freccia del frontale in pianta, e con il forte segno ad Y delle luci diurne inserite nei grandi gruppi ottici triangolari. I proiettori risultano molto incassati, quasi nascosti, «un piccolo "hello" agli amici della Ducati», chiosa Borket a proposito di quest'altro riferimento all'immaginario motociclistico. Immancabili per una vettura attuale sono anche i sensori Adas, che sulla Revuelto «semigliono a degli occhi da jet fighter o a dei piccoli siluri».

Per disegnare l'interno, oltre ai feedback dei clienti i designer hanno tenuto presente anche l'esperienza di guida fatta dai tecnici sulla pista di Nardò, il circuito di riferimento per Lamborghini. La filosofia seguita è "feel like a pilot", con una posizione di guida molto bassa, una plancia leggera nel disegno a vantaggio della visibilità e un sistema HMI di ultimissima generazione che consente di "spostare" i contenuti visualizzati da uno schermo ad un altro con il



Lamborghini Revuelto's design team. From the left: Manuele Amprimo, Jacopo Arcangeli, Nelson Simões, Gianpietro Pasquali, Luca Proglio, Carine Schweitzer, Biagio De Pascali, Mitja Borkert.



The Revuelto is built on the new aviation-inspired monofuselage, made entirely of carbon fibre as are many of the body parts. The whole front structure is in forged composite, all handcrafted at Sant'Agata Bolognese.

La Revuelto è costruita sulla nuova monoscocca di ispirazione aeronautica Monofuselage, interamente in fibra di carbonio così come buona parte degli elementi della carrozzeria. L'intera struttura frontale è in Forged Composite, il tutto realizzato con processi artigianali a Sant'Agata Bolognese.

solo gesto della mano, senza distrarsi dalla guida. E poi c'è una piccola sorpresa: «Visto che nei film di fantascienza dentro l'astronave c'è sempre un alieno, ne abbiamo messo uno anche noi, con questo "alien look"», scherza Borkert a proposito dell'immagine che si coglie a prima vista guardando l'elemento in fibra di carbonio ad Y al centro della plancia.

Una forma accattivante non esclude la funzionalità. Nella consolle che si inserisce al di sopra del tunnel longitudinale (in cui sono alloggiate le batterie che alimentano i tre motori elettrici della Revuelto, due dedicati alle ruote anteriori e il terzo al retrotreno) trovano finalmente posto piccoli oggetti con alloggiamenti dedicati, dal vano con ricarica per il telefono ai portabicchieri. Lo spazio dietro ai sedili e il bagagliaio anteriore assicurano inoltre la possibilità di riporre il necessario per una gita nel weekend.

Tutto sempre coerente con il DNA di design Lamborghini, nelle forme complessive così come nei dettagli, in cui ricorrono il segno



ad Y e l'esagono, ovvero il poligono che deriva dall'intersezione di più epsilon. Le superfici esterne sono ovviamente il frutto di una costante collaborazione con il team dell'aerodinamica, «sono nostri amici, una volta stabilito il disegno

abbiamo portato un modello di stile nella galleria del vento e abbiamoiniziato gli affinamenti in modo da aumentare la deportanza del 70%», osserva Borkert, che tiene molto a sottolineare l'importanza del lavoro di squadra.

«Ho l'onore di spiegare la Revuelto, ma è il lavoro di tutto il Centro Stile, è il progetto principale degli ultimi anni. È stato un viaggio fantastico e oggi sono felice di raccontarvi la design story di questa vettura». ■■■





NUOVA JEEP® AVENGER. UN CONCENTRATO DI LIBERTÀ.



VIENI A SCOPRIRLA IN CONCESSIONARIA.

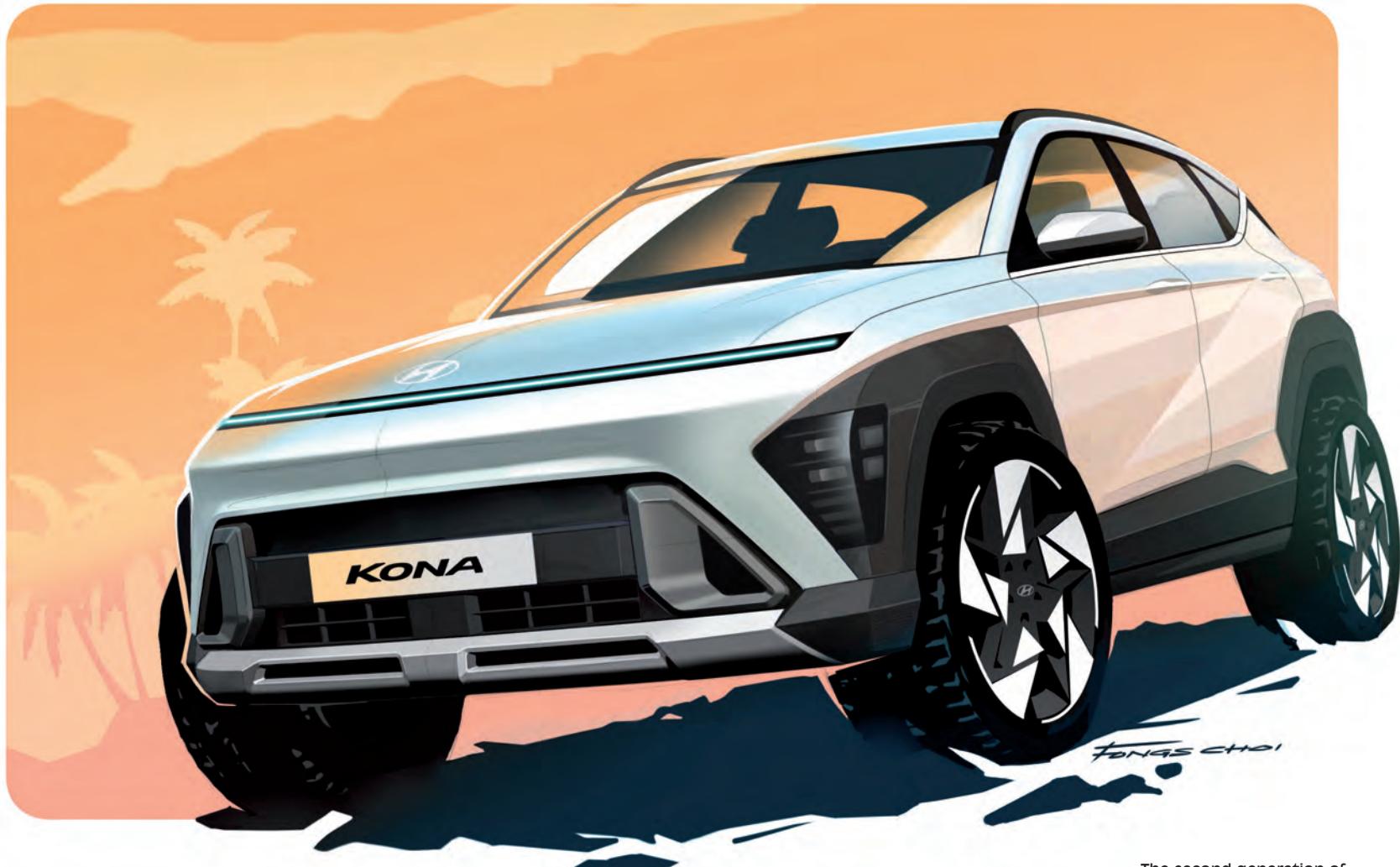
Il futuro è nelle tue mani. La nuova Avenger è puro DNA Jeep®.
Lasciati conquistare dal suo design audace e scopri la sua sorprendente combinazione di affidabilità e versatilità.

Jeep
®

www.jeep-official.it

Consumo di energia elettrica di **Jeep® Avenger full-electric** range per kWh/100km: 15,9 – 15,4; emissione di CO₂ (g/km): 0. Valori di omologazione determinati sulla base del ciclo combinato WLTP, aggiornati a Marzo 2023. I valori indicati servono a fini comparativi. **Autonomia Jeep® Avenger full-electric:** 400 – 394 km. Valori di omologazione determinati sulla base del ciclo combinato WLTP, aggiornati a Marzo 2023. I valori indicati servono a fini comparativi. L'autonomia effettiva, i valori effettivi di consumo di energia elettrica possono essere diversi e possono variare a seconda delle condizioni di utilizzo e di vari fattori. 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 a Marzo 2023. 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.

A NEW PAGE



Silvia Baruffaldi, Edoardo Nastri

The year 2017 marked the début of one of the most disruptive models in recent years: the Hyundai Kona. Its commercial success – which occurred on the European market at the time of the B-segment SUV explosion – has allowed the second generation to mature, grow in size and offer new content in terms of style and technology. "When you want to improve an already successful model, the right thing to do is to listen to the customers," says SangYup Lee, Executive Vice President and Head of Hyundai and Genesis Global Design Centre, who we meet in Berlin at the model presentation. "For the new Kona we did just that: we started from the remarks of people who drive it every day, to work, for travel with



La seconda generazione della Hyundai Kona è stata ridisegnata da cima a fondo con una compresenza di linee, spiega SangYup Lee, Executive Vice President e Head of Hyundai and Genesis Global Design Center, «morbide e dure allo stesso tempo, ma in armonia tra loro».

their family or for any other purpose." So what were the customers asking for? "First of all,



more space: that's why the length was increased by 15 centimetres (almost all concentrated

The second generation of the Hyundai Kona was redesigned from top to bottom with a coexistence of lines, explains SangYup Lee, Executive Vice President and Head of Hyundai and Genesis Global Design Center, "soft and hard at the same time, but in balance with each other."

behind the rear wheels to increase the size of the boot, Ed.) and the wheelbase by 6 centime-

For the development of the new Kona, Hyundai designers started with the electric and then styled the versions with the hybrid or petrol engines. Why? "This was the only way we could achieve a design that was as clean as possible," explains Lee.

Per lo sviluppo della nuova Kona i designer Hyundai sono partiti dall'elettrica e successivamente hanno realizzato lo stile delle versioni con motorizzazioni ibride o a benzina. La ragione? «Solo così potevamo ottenere un design che fosse il più pulito possibile», spiega Lee.



tres. They requested a more spacious cabin, a bigger boot and, in general, a vehicle that could be more versatile. We satisfied them by trying to combine style and function in the best possible way, but also by driving innovation.

And indeed, the design of the new Kona has changed radically from its predecessor. It remains, admittedly, a B-SUV, but the new proportions bring it closer to the upper end of the segment to please a larger segment of the public. "The exterior design remains highly distinctive and is a continuous search for balance between soft and hard lines. This gives it an unprecedented dynamism, a very wavy side and an imposing rear end for the benefit of road presence." The decision to have a 100% electric version in the range – "We started with that one," Lee points out – forced the designers to deal with aerodynamics more than ever: "Considering the height and type of vehicle, we managed to achieve a drag coefficient of 0.26. On the previous generation it was 0.29 and we are talking about a smaller car."



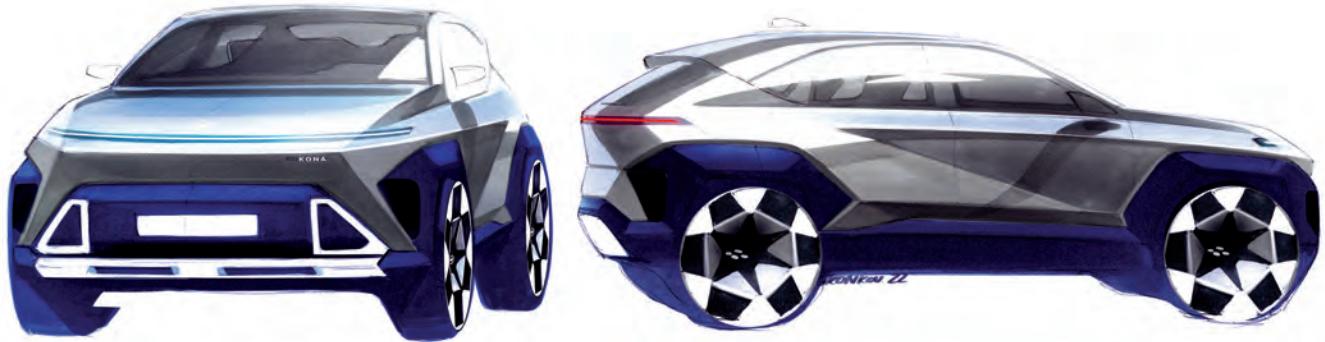
Starting from the left, Simon Loasby, Head of Hyundai Style, Peter Schreyer, Executive Design Advisor, SangYup Lee. Below, left, SangYup Lee during the evaluation of a clay model of the interior.

Da sinistra, Simon Loasby, Head of Hyundai Style, Peter Schreyer, Executive Design Advisor, SangYup Lee. Sotto, a sinistra, SangYup Lee durante la valutazione di un modello in clay degli interni.

On all versions, be they thermal or electric, the front appears very clean with air intakes down to a minimum in the case of the zero-emission model or cleverly concealed on the Kona hybrids or thermal engine versions. For all of them, the design team envisaged a large strip of LEDs stretching across the full width of the nose, while the headlamps are placed at the ends of the bumper, lest it blemish the design. "The side was one of the major points of discussion. The interplay of lines that develop here come together in a balance of their own and it is difficult to find a similar execution on a car in this segment that, by its very nature, has to come to terms with price and market logic to be very competitive." The tail develops in more concave surfaces and the large tailgate is crossed by a band of LEDs that is intended to recall the front one. "One of the details I love most is the belt line that rises towards the rear, it intersects with the roof line and turns into the contrasting frame of the spoiler."

The side styling gets its inspiration from its big sister Tucson. "The very wavy side and an imposing tail create a movement that is unprecedented for an SUV in this segment," says Lee.

Lo stile della fiancata prende ispirazione dalla sorella maggiore Tucson. «La fiancata molto mossa e un posteriore imponente creano un dinamismo che non ha precedenti per un SUV di questo segmento», dice Lee.

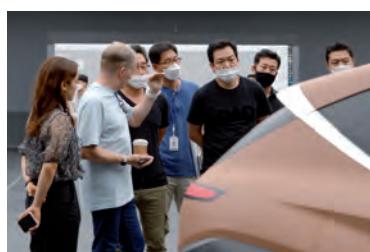


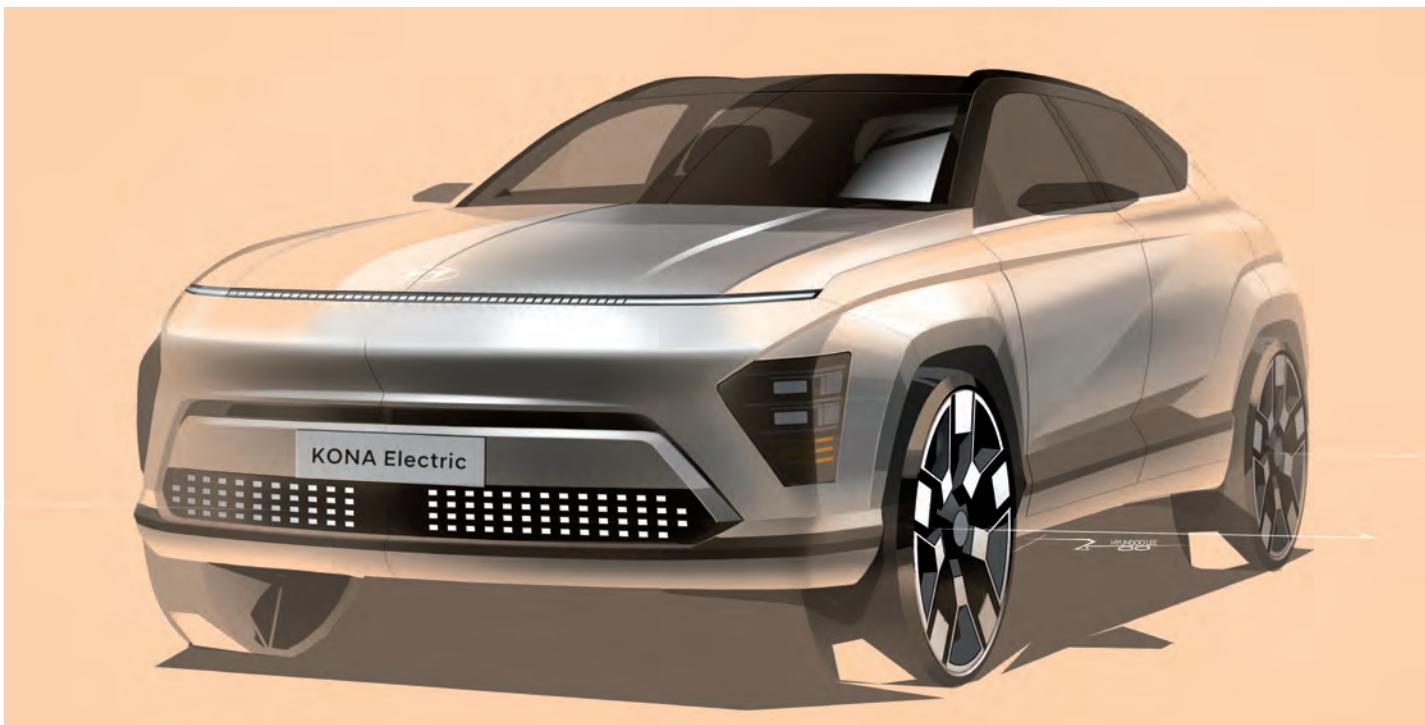


The rendering shows the N Line version of the Kona, the sportiest version, featuring large alloy wheels, miniskirts, spoilers and gloss black details. Below, the exterior design team during the various stages of development and evaluation of the 1:1 scale clay models.

Il rendering mostra la versione N Line della Kona, la più sportiva, caratterizzata da grandi cerchi in lega, minigonne, spoiler e dettagli in nero lucido. Sotto, il team di design degli esterni durante le varie fasi di sviluppo e valutazione dei modelli in clay in scala 1:1.

The interior has also changed completely. The dashboard has been redesigned following the influence of the Ioniq family: instrumentation and infotainment have been delegated to two large 12.3" horizontal displays with high-definition graphics and a host of functions that, as Lee points out, "never disturb the driver: the principle of their design has followed the motto hands on the wheel, eyes on the road." Gone is the gear stick lever – switched into a satellite on the steering column – hence making it possible to carve out additional compartments in the console for storage of all kinds, and even the front passengers have a space in front of them that recalls the pocket invented by Giorgetto Giugiaro on the first Fiat Panda. Many controls have remained physical: from the climate control to the short cut buttons for the multimedia system. A choice that goes counter compared to some competitors, who have now decided to group everything into one screen, but which still proves functional and practical, causing fewer distractions while driving. "The cabin was designed follow-





On the left and bottom of the page is the electric version of the Kona, featuring a completely closed grille, while on the combustion engine versions the air intakes are limited to the lower part of the nose.

A sinistra e a fondo pagina la versione elettrica della Kona, caratterizzata da una calandra completamente chiusa, mentre sulle varianti con motore termico le prese d'aria sono state confinate nella parte bassa dell'anteriore.

ing the idea of a liveable space and many of the materials come from recycled plastic polymers. The results are excellent: the fabrics are durable, pleasant to the touch and more modern than traditional ones. A breath of fresh air.” ■■■

UNA NUOVA PAGINA

I 2017 ha segnato il debutto di uno dei modelli di maggior rotura degli ultimi anni: la Hyundai Kona. Il successo commerciale – è arrivata nel mercato europeo nel momento di esplosione dei Suv di segmento B – ha permesso alla seconda generazione di maturare, crescere in dimensioni e offrire nuovi contenuti in termini di stile e tecnologia. «Quando vuoi migliorare un modello già di successo la cosa più giusta da fare è ascoltare i clienti», ci racconta SangYup Lee, Executive Vice President e Head of Hyundai and Genesis Global Design Center, che incontriamo a Berlino in occasione della presentazione del modello. «Per la nuova Kona abbiamo fatto proprio così: siamo partiti dalle osservazioni di chi tutti i giorni la guida per andare al lavoro, per viaggiare con la famiglia o per qualsiasi altro scopo». Cosa chiedevano, quindi, i clienti? «Innanzitutto più spazio: ecco perché la lunghezza è cresciuta di 15 centimetri (quasi tutti concentrati dietro le ruote posteriori per aumentare le dimensioni

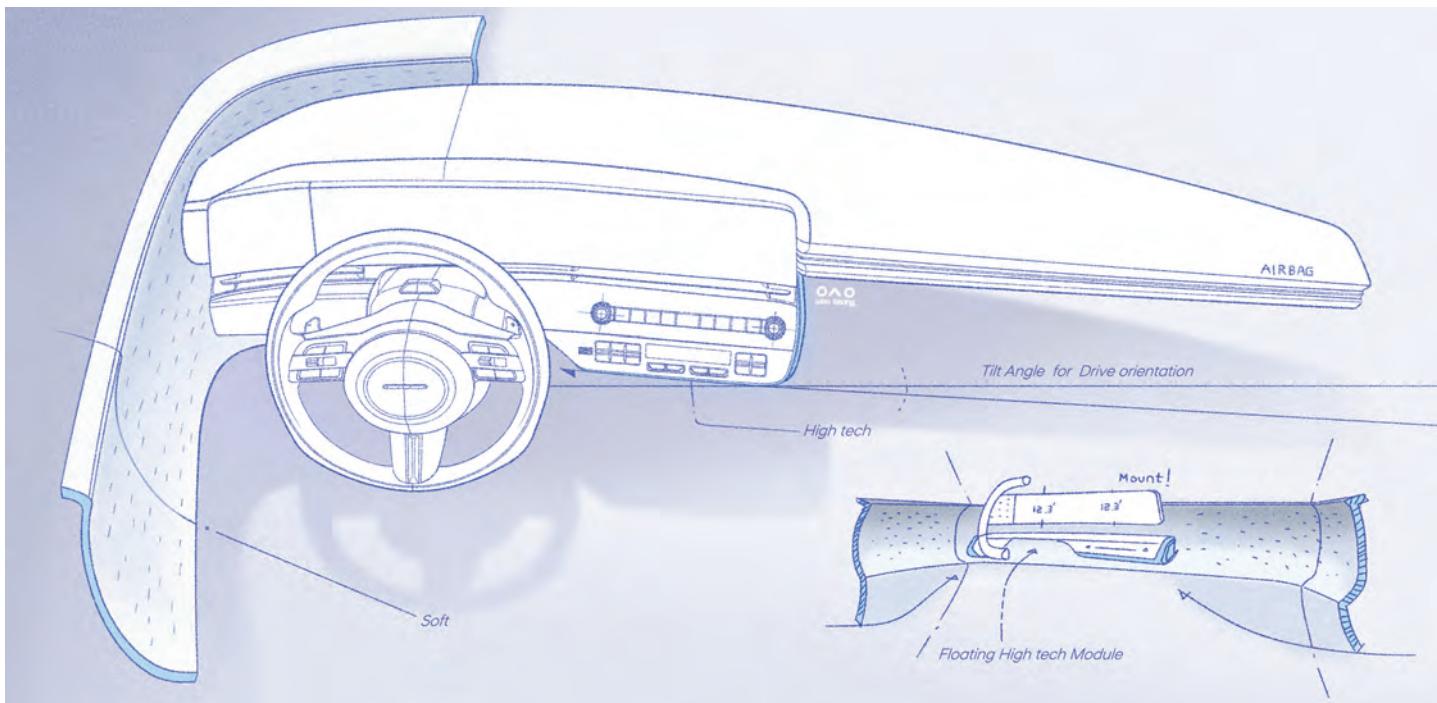
del bagagliaio, n.d.r.) e il passo di 6 centimetri. Volevano un abitacolo che fosse più spazioso, un bagagliaio più grande e, in generale, un veicolo che fosse più versatile. Li abbiamo accontentati cercando di coniugare al meglio

stile e funzione, ma spingendo anche sull'innovazione».

E, in effetti, il design della nuova Kona è cambiato in maniera radicale rispetto al precedente. Resta, certo, un B-Suv, ma le nuove proporzioni lo avvicinano

alla parte più alta del segmento per accontentare una fetta di pubblico maggiore. «Il design degli esterni resta fortemente distintivo ed è una continua ricerca di armonia tra linee morbide e dure. Questo dona un dinamismo senza





Like the exterior, the interior has also been completely revolutionised. The primary objective was to make it spacious and this was possible because of the increased length of the car by 15 centimetres, all concentrated in the wheelbase and rear.

Come gli esterni, anche gli interni sono stati completamente rivoluzionati. L'obiettivo primario era renderli più spaziosi e a questo ha contribuito l'aumento della lunghezza della vettura di 15 centimetri, tutti concentrati nel passo e nel posteriore.

precedenti, una fiancata molto mossa e un posteriore imponente a vantaggio della presenza su strada». La scelta di avere una versione 100% elettrica in gamma – «Siamo partiti da quella», precisa Lee – ha costretto più che mai i designer a fare i conti con l'aerodinamica: «Considerata l'altezza e la tipologia di veicolo siamo riusciti a raggiungere un coefficiente di resistenza all'aria di 0,26. Sulla precedente generazione era di 0,29 e parliamo di una vettura di minori dimensioni».

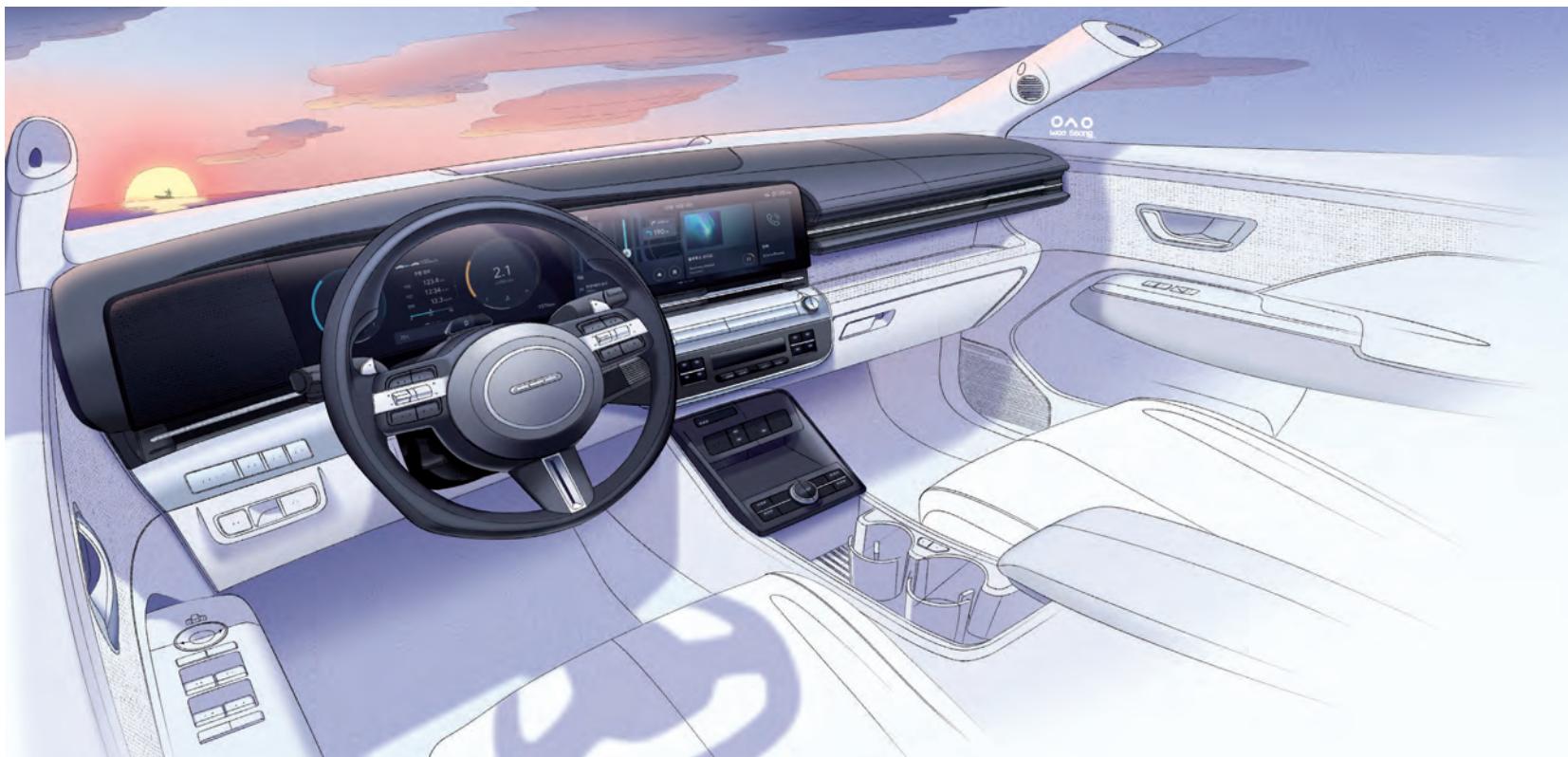
Su tutte le versioni, termiche o elettriche, il frontale appare molto pulito con prese d'aria ridotte al minimo nel caso del modello a zero emissioni o sapientemente nascoste per le Kona ibride o con motori termici. Per tutte il team di design ha previsto una grande striscia di Led che si estende a tutta larghezza sul frontale, mentre i proiettori sono confinati alle estremità del paraurti, per sporcare il meno possibile il disegno. «Il fianco è stato uno dei punti di maggiore discussione. I giochi di linee che si sviluppano qui si incontrano in una loro armonia ed è difficile trovare una simile esecuzione su una vettura di questo segmento che, per sua natura, deve fare i conti con prezzi e logiche di mercato per essere molto competitiva». Il posteriore si risolve in superfici più concave e il grande portello è attraversato da una fascia di Led che vuole richiamare quella frontale. «Uno dei particolari che amo di più è la linea di cintura che sale verso il



The images show the interior design team at work with SangYup Lee and Simon Loasby. The dashboard was redesigned following the influence of the Ioniq family, the signature brand that includes part of Hyundai's electric range.

Nelle immagini il team di design degli interni al lavoro con SangYup Lee e Simon Loasby. La plancia è stata ridisegnata seguendo l'influenza della famiglia Ioniq, il brand che firma parte della gamma elettrica di Hyundai.





The upper part of the dashboard houses two large 12.3-inch displays that convey the instrumentation and infotainment of the new Kona. The prevailing digitalisation has not led to the complete elimination of analogue controls, which remain, for example, for the A/C controls.

La parte alta della plancia ospita due grandi display da 12,3 pollici che trasmettono la strumentazione e l'infotainment della nuova Kona. La digitalizzazione imperante non ha portato alla completa eliminazione dei comandi analogici, rimasti, ad esempio, per il climatizzatore.

posteriore, si incrocia con quella del tetto e si trasforma nella cornice a contrasto dello spoiler.

Anche gli interni sono cambiati completamente. La plancia è stata ridisegnata seguendo l'influenza della famiglia Ioniq: strumentazione e infotainment sono demandati a due grandi display orizzontali da 12,3 pollici con grafica in alta definizione e moltissime funzioni che però, sottolinea Lee, «non disturbano mai chi guida: il principio della loro progettazione ha seguito questo motto: mani sul volante, occhi sulla strada». L'addio alla leva del cambio – trasformata in un satellite sul piantone dello sterzo – ha concesso di ricavare ulteriori vani nella consolle per stivare oggetti di ogni tipo e anche il passeggero ha davanti a sé uno spazio che richiama il tascone inventato da Giorgetto Giugiaro sulla prima Fiat Panda. Molti comandi sono rimasti fisici: dal



controllo del climatizzatore ai tasti per le scorciatoie del sistema multimediale. Una scelta controcorrente rispetto ad alcuni competitor, ormai decisi a raggruppare tutto in uno schermo, ma che si rivela ancora funzionale e pratica, procurando meno distrazioni a chi guida. «L'abitacolo è stato progettato seguendo l'idea di spazio vivibile e molti dei materiali provengono da polimeri di plastica riciclata. I risultati sono ottimi: i tessuti sono resistenti, piacevoli al tatto e più moderni di quelli tradizionali. Una ventata d'aria fresca». ■■■

VANGUARD CULTURE



Silvia Baruffaldi

Playing with contrasts, constantly innovating, moving at the speed of a startup. Above all, not being afraid to take risks. Kia design has taken a non-conformist approach with its Opposite United philosophy, of which the EV9, a seven-seater electric SUV, is an expression. To take a preview and delve into its contents, we went to Seoul, and it is precisely the megacity of over twenty million people, with its vibrant spirit, that is the key to understanding the avant-garde culture that permeates the Korean brand.

"We want to embrace contrasts because they are part of everyday life", explains Karim Habib, Executive Vice President and Head of Kia Global Design Center. "It happens all over the world, but particularly in Seoul, where old and new, tradition and high technology coexist. Many trends are redeveloped here through the meeting of different cultures and then exported elsewhere". South Korea has an increasingly strong impact on contemporary life. The "K-way" trend movement extends from fashion to architecture and from art to music with K-pop: "Perhaps it's not yet perceived in the automotive segment, but we want to be part of this avant-garde. These are cultural aspects that we integrate into the creative process so that also customers perceive them in the end product".

The premise is crucial to understanding why many of Kia's new models are, at first glance, unexpected, bordering on disorientation with respect to the aesthetic parameters to which one is accustomed. "Everyone wants to be an innovator, but this is not always put into practice. For us, it means trying new processes without fear of failure. We explore different areas; physical, digital and social trends, for example, the relationship between biology and technology, even though it may be something abstract. All of our designers are entitled to make mistakes and try again", continues Habib, adding a crucial aspect for those who want to innovate: "This is a



company where change happens very quickly, which is a huge advantage for creative people".

If the EV6 avoided being classified because of its unprecedented proportions, the EV9 is avowedly an SUV: "It's our flagship in that segment, it had to be bold and imposing", explains Teckkoun Kim, Head of Kia Next Design Group, as he shows us the exterior of the EV9. "Telluride is the model that established Kia's success in the U.S. market; we wanted to keep that vertical profile and boxy volumes while interpreting them in a completely new electric vehicle. The side view, with the wraparound window graphics that greatly elongate the passenger compartment, is an example of our "Opposite United" approach: above the wheel arches the shoulders are strong and very geometric, with sharp edges, while the centre element of the side is clean and smooth. The solid look was very important, but we always create cars with man and nature in mind, which is why we have this gentle touch".



The front end, at a glance, is overtly Kia, thanks to the "Tiger Mask" with the two lines flexing in the middle, an evolution of the "Tiger Nose" on which the brand's identity was established. But the

graphic signs are unprecedented, particularly the "L" shaped headlights and daytime running lights, a theme the designers call Star Map. Teckkoun Kim continues: "It is even more evident in the

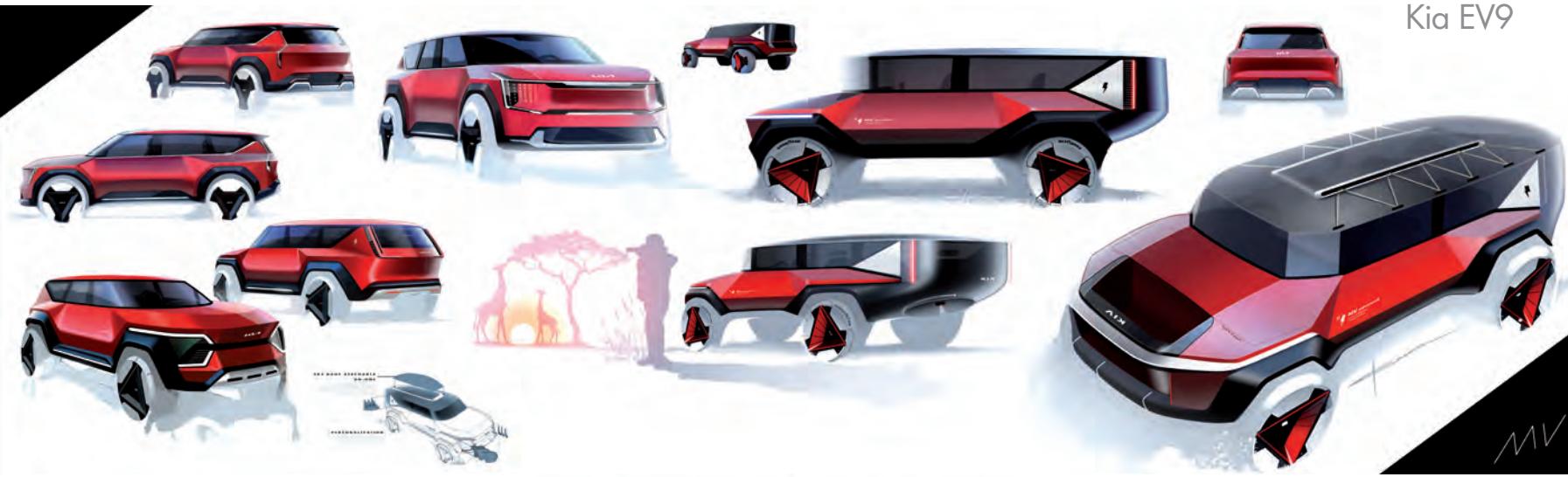
three-branch tail light clusters, a very unique design, reminiscent of celestial maps, with stars and lines joining them".

The decidedly avant-garde design is also reflected in the

"With our philosophy, Opposites United, our aim is to induce change. We want to be relentless innovators, we are not afraid to take risks", said Karim Habib, Executive Vice President and Head of the Kia Global Design Centre presenting the EV9 in Seoul.

«Con la nostra filosofia Opposites United intendiamo operare il cambiamento. Vogliamo essere degli innovatori instancabili, non abbiamo paura di prendere dei rischi», ha dichiarato Karim Habib, Executive Vice President e Head of Kia Global Design Center presentando la EV9 a Seul.





passenger compartment, a large living space where technology is very present but never dominant, so much so that the designers speak of "shy-tech" rather than hi-tech. Jochen Paesen, Head of Interior & CMF explains: "The interior is based on the concept of 'white space' or negative space. An element surrounded by emptiness stands out much more strongly. We first designed a rather monolithic, solid object, gradually excavating to bring out the individual components with clarity and elegance, from the screen to the centre console to the handles on the door panels".

The choice of materials is also unconventional. It is devoted to sustainability, but it is not limited to no longer using leather upholstery: "We have identified areas where we can make significant changes. For EV9 we speak of the Ten Must-Have Items, from using foams made from natural oils, to parts with recycled and unpainted plastics. We will follow them in our future models", promises Paesen. And Karim Habib confirms: "It's just the beginning, we will do increasingly more". ■■■

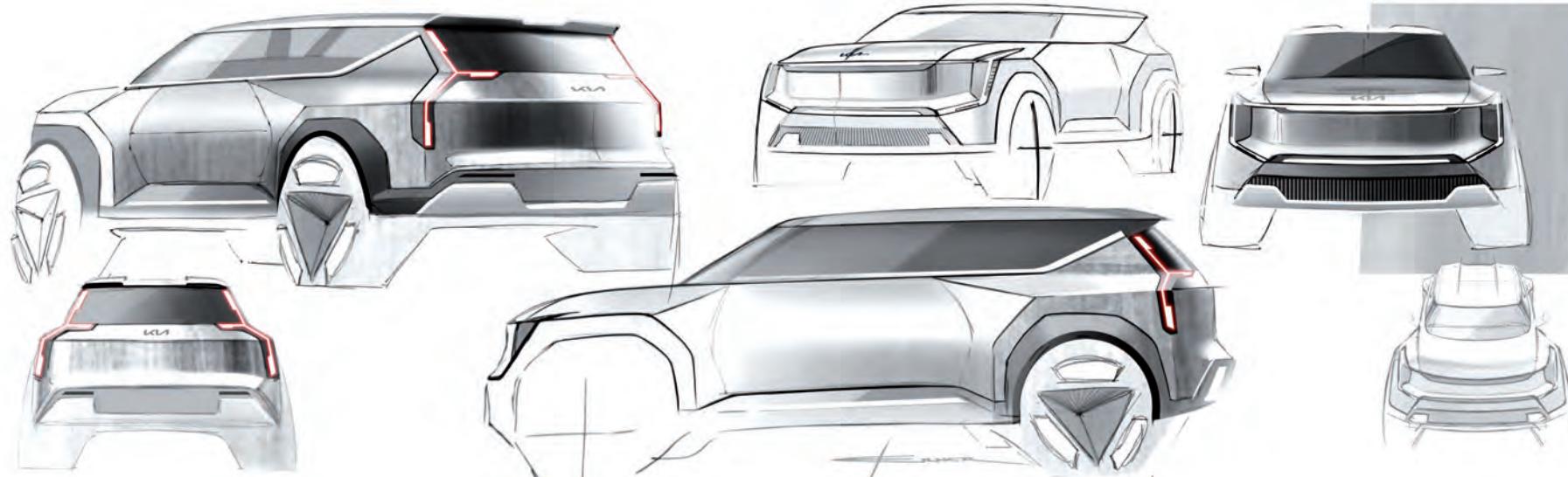
CULTURA D'AVANGUARDIA

Giocare con i contrasti, innovare costantemente, muoversi alla velocità di una startup. Soprattutto, non avere paura di prendere dei rischi. È un approccio controcorrente quello intrapreso dal design Kia con la sua filosofia Opposites United, di cui è espressione la EV9, Suv elettrica a sette posti. Per scoprirla in anteprima e approfondirne i contenuti siamo andati a Seoul ed è proprio la megalopoli da oltre venti milioni di abitanti,



Bold for Nature, one of the five pillars of the Opposites United philosophy, is what particularly inspired the exterior design with its mix of natural and technical elements: strong triangular-section mudguards counter the side with its soft, smooth finish.

Bold for Nature, uno dei cinque pilastri della filosofia Opposites United, ha ispirato in particolare il design esterno con il suo mix di elementi naturali e tecnici: ai forti parafanghi a sezione triangolare si interpone un fianco morbido e liscio.



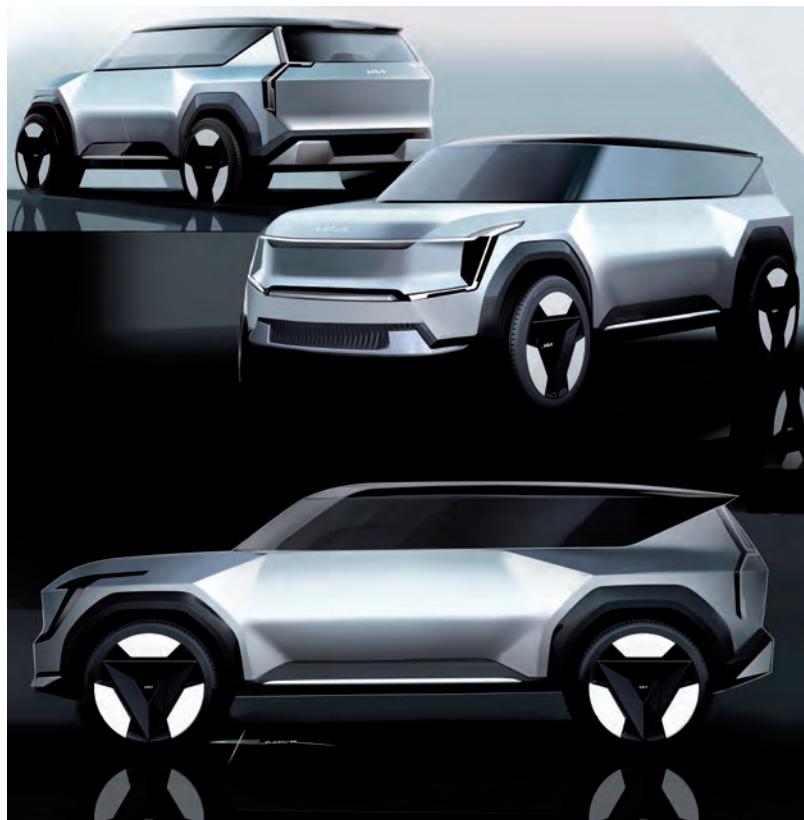
The vertical volumes express solidity, with the identifiable closed Tiger Mask. As an option, the "Digital Tiger Face" integrates small light cubes into the bodywork alongside the headlights. The daytime running lights (DRL) are interpreted with the Star Map, a branched design repeated at the rear.

I volumi verticali esprimono solidità, con l'identitaria Tiger Mask chiusa, da veicolo elettrico. In opzione, la "Digital Tiger Face" integra piccoli cubi luminosi nella carrozzeria a lato dei fari. Le luci diurne (DRL) sono interpretate con la Star Map, disegno ramificato ripetuto anche posteriormente.

con il suo spirito vibrante, la chiave per comprendere la cultura d'avanguardia che permea il mercato coreano.

«Vogliamo abbracciare i contrasti perché sono parte della vita quotidiana», spiega Karim Habib, Executive Vice President e Head of Kia Global Design Center. «Avviene in tutto il mondo, ma in particolare a Seoul, dove convivono il vecchio e il nuovo, la tradizione e l'alta tecnologia. Molte tendenze qui sono rielaburate grazie all'incontro di culture diverse per poi essere esportate altrove». La Corea del Sud ha un'impronta sempre più forte sulla vita contemporanea. Il movimento di tendenza "K-way" si estende dalla moda all'architettura, dall'arte all'ambito musicale con il K-pop: «Forse non è ancora percepito nell'automotive, ma vogliamo essere parte di questa avanguardia. Sono aspetti culturali che integriamo nel processo creativo, in modo che anche i clienti li colgano nel prodotto finale».

La premessa è fondamentale per comprendere perché molti dei



nuovi modelli Kia risultino a prima vista inattesi, al limite del disorientamento rispetto ai parametri estetici cui si è abituati. «Tutti vogliono essere degli innovatori, ma non sempre ciò viene messo in pratica. Per noi significa provare nuovi processi senza paura di fallire. Esploriamo ambiti diversi, fisico, digitale, trend sociali, ad esempio la relazione tra biologia e tecnologia, anche se magari si tratta di qualcosa di astratto. Ogni nostro designer è legittimato a sbagliare e riprovare», prosegue Habib, aggiungendo un aspetto determinante per chi voglia innovare: «Questa è un'azienda in cui il cambiamento si realizza molto velocemente, un vantaggio enorme per dei creativi».

Se la EV6 sfuggiva alle classificazioni per le sue proporzioni inedite, la EV9 è dichiaratamente Suv: «E' la nostra ammiraglia in quel segmento, doveva essere fiera e imponente», spiega Teckkoun Kim, capo di Kia Next Design Group, mentre ci illustra l'esterno della EV9. «Telluride è il modello che ha consolidato il suc-



From the left:
Teckkoun Kim, Head of Kia Next Design Group;
Jochen Paesen, Head of Kia Interior Design Group;
Thomas G. Kearns, Head of Kia Design Center America;
Kyungmi Kim, CMF Key Designer and
Marilia Bill, Head of Kia Next CMF Team.

Design story

The interior combines the status of the EV range's flagship SUV with a modern, relaxed design, defined according to the "white space" approach, i.e., space hollowed out around elements to make them airy and enhance their essential forms.

L'interno coniuga lo status di SUV ammiraglia della gamma EV con un design moderno e rilassante, definito secondo l'approccio del "white space", ovvero dello spazio scavato intorno agli elementi per renderli ariosi ed esaltarne le forme essenziali.



The dashboard has a ring-like structure into which a large screen extends to the centre. It is based on the Technology for Life concept, in other words non-invasive presence of technology. The ventilation slits are linear and concealed.

La plancia ha una struttura ad anello in cui si inserisce un ampio schermo che si estende fino al centro. Nasce dal concetto Technology for Life, ovvero una presenza non invasiva della tecnologia. Le feritoie di ventilazione sono lineari e risultano nascoste.



cesso di Kia sul mercato americano, volevamo mantenere quel profilo verticale e i volumi squadrati interpretandoli in un veicolo elettrico del tutto inedito. La vista laterale, con la grafica avvolgente dei finestrini che allunga molto la cabina, è un esempio del nostro approccio "Opposites United": sopra ai passaruota le spalle sono forti e molto geometriche, con spigoli netti, mentre l'elemento centrale della fiancata è pulito e levigato. Il look solido era molto importante, ma creiamo sempre vetture pensando all'uomo e alla natura, ecco il perché di questo tocco morbido».

Il frontale è a colpo d'occhio dichiaratamente Kia grazie al "Tiger Mask" con le due linee che flettono al centro, evoluzione del "Tiger Nose" su cui si è affermata l'identità del marchio. Ma i segni



The Kia EV9 Design Team. Opposite page, centre: Thomas G. Kearns with Kurt Kahl, Senior Manager Exterior Design (right) and Berk Erner, Exterior Key Designer. Far right: Marilia Bill, Kyungmi Kim, Jochen Paesen and Karim Habib.



Built on the E-Gmp modular electric platform, the EV9 has a flat floor and a generous wheelbase with room for three rows of seats. The materials follow ten sustainability principles defined by Kia design and the colours are inspired by natural elements: Light, Air, Earth and Water.

Costruita sulla piattaforma modulare elettrica E-Gmp, la EV9 ha un pavimento piatto e un passo generoso con ampio spazio per tre file di sedili. I materiali seguono dieci principi di sostenibilità definiti dal design Kia e i colori sono ispirati a elementi naturali: Luce, Aria, Terra e Acqua.

grafici sono inediti, in particolare i fari e le luci diurne a "L", tema che i designer chiamano Star Map, prosegue Teckkoun Kim: «E' ancora più evidente nei gruppi ottici di coda a tre ramificazioni, un design molto esclusivo che ricorda le mappe celesti, con le stelle e le linee che le uniscono».

Il design decisamente d'avanguardia si riflette anche nell'abitacolo, un ampio spazio da vivere dove la tecnologia è ben presente ma mai dominante, tanto che i designer parlano di "shy-tech", anziché di hi-tech. Spiega Jochen Paesen, capo di Kia Interior Design Group: «L'interno si basa sul concetto di "white space", o spazio negativo. Un elemento contornato dal vuoto si staglia molto più forte. Abbiamo dapprima disegnato un oggetto piuttosto monolitico, solido, scavando via via per far emergere con chiarezza ed eleganza i singoli componenti, dallo schermo alla console centrale, alle maniglie sui pannelli delle porte».



Anche la scelta dei materiali è anticonvenzionale. È votata alla sostenibilità, ma non si limita a non impiegare più i rivestimenti di pelle: «Abbiamo identificato aree dove possiamo fare cambiamenti significativi. Per la EV9 parliamo dei 10 comandamenti, dall'impiego di schiume prodotte con oli naturali, a parti con plastiche di riciclo e non vernicate. Li seguiremo nei nostri modelli futuri», promette Paesen. E Karim Habib conferma: «È solo l'inizio, faremo sempre di più». ■■■



INDUSTRIAL DESIGN APPROACH



Fabio Galvano

The eyes of the automotive world are focused on Gothenburg, where Jim Rowan, CEO with Dyson and Blackberry origins, whom the parent Chinese company Geely appointed just over a year ago to lead Volvo, has opted for a bold and perhaps epoch-making move regarding the design of the Swedish brand. In fact, from 1 May, after ten years in Gothenburg and six years as Volvo design manager, Robin Page has indeed assumed the title of "senior adviser", but alongside the person who essentially replaced him: Jeremy Offer. The fact is that Offer, 55, like CEO Rowan does not come from the automotive industry chain, but has a thirty-year-old "industrial designer" label. The choice, which some believe is linked to the car's tumultuous transformation in the electrification race, is intriguing because it is the first time that industrial design has entered the restricted and specialized domain of car design at that level (and this brings me back to forty years ago, at the birth of this magazine, when we discussed at length with the founder Fulvio Cinti whether our publication should be called "AutoDesign" or open up to all design - as Rowan is trying to do today - and call itself "Auto&Design": an "&"



that means a lot). Above all one wonders, not without a measure of incredulity, if this could be the beginning of a new trend in the automotive world.

"Who knows, it might even work," ventures Page: "By definition, a new CEO cannot leave things as they were, something has to change. Rowan knows he has a company at the top of automotive design and likes the idea of introducing people with different points of view. It will then be up to Offer to decide what to do." What is certain is that it

will take a long time before the rest of the industry can evaluate the pros and cons of a change that profoundly affects the evolution and ultimately the philosophy of car design. As Page himself explains, Volvo's programs for the next five years are already defined, with the presentation of one or two models each year, many of which are inspired by the 2021 Concept Recharge (cover story of A&D 250) and with some concessions also to the study of futuristic safety contained in the 360c concept of 2018 (cover story of A&D

Under the leadership of Robin Page (left), the Concept Recharge (below) was designed and presented in 2021 and will inspire many of the production models that Volvo will be launching in the coming years. In many respects that concept, according to Page, already contained certain characteristics not typical of automotive design but rather of industrial design.

Sotto la guida di Robin Page (a sinistra) è stato progettato il Concept Recharge presentato nel 2021 (sotto), da cui trarranno ispirazione vari modelli di serie che Volvo lancerà nei prossimi anni. Per numerosi aspetti quel concept, secondo Page, già racchiudeva talune caratteristiche non tipiche del design automobilistico ma piuttosto di quello industriale.

233). The hand of industrial design may be slow to reveal itself.

On the other hand, notes Page, "in the design of the 360c concept there was a puristic approach, everything had a function, a characteristic that brought it closer to industrial design". The 360c "was not just a car: designed for the future of autonomous driving, it was also a sleeping place, an office, a place of recreation, a cabin for commuters." And then the Concept Recharge: "A way of exploring an environment for the family, even with space for the house dog, designed to adapt to the lifestyle of the occupants, therefore to user experience, and not to offer – as others do at all costs - a sporty image. We no longer needed an air intake, so we replaced the classic grille with a clean shield: form and function here too. One could reflect that that was already an industrial approach."

In short, the dividing line between car design and industrial design is very blurred. Take, for example, what has been a constant obsession for Volvo designers in recent years: Scandinavian minimalism. "The things we made – insists Page – were not chosen just for entertainment, but there was an effort to design well-reasoned things, able to offer added value to the user. And this is a trend for the future, when versatility and the possibility of adapting the car to one's lifestyle will come to the fore, always within the framework - essential for us - of maximum safety. And then the sustainability in the use of materials: we expect to achieve a circular economy by 2040, manufacturing cars with the recycling of old ones." Is this what Rowan was thinking about when he made his choices?

But a car remains a car, even if – assures Page – "the proportions of electrification will dominate design. Projects so far dictated by the size of the engine will now have to take into account the batteries between the two axles, so we will have cars with a long wheelbase and wheels whose dimensions restore good proportions." Long bonnets seem to be a thing of the past and SUVs - sooner or later - will go out of fashion, and it is that "after" that designers must already provide for today. It will also be a question of getting users to overcome their doubts about elec-



The Concept Recharge, in these two renderings of front end and interiors, represents in Page's words "a way of exploring an environment for the family, designed to adapt to the lifestyle of the occupants, and therefore to user's experience."

Il Concept Recharge, in questi due rendering del frontale e degli interni, rappresenta nelle parole di Page «un modo di esplorare un ambiente per la famiglia, progettato per adattarsi allo stile di vita degli occupanti, quindi alla user experience».

tric power, especially in terms of range. "In the 80s and 90s we worried about the battery life of mobile phones, but today nobody thinks about it anymore. The same will happen for the car: when we can guarantee a real range of 600 or 700 kilometres, the anxiety will disappear. We will experience a sweet point, like for mobile phones." ...

Once the need for a front air intake is eliminated in the electric vehicle, the grille of the Recharge is replaced by a clean shield: form and function, an industrial approach.

Eliminata dall'elettrico la necessità di una presa d'aria anteriore, la calandra del Recharge è sostituita da uno scudo pulito: forma e funzione, un approccio industriale.



APPROCCIO INDUSTRIAL DESIGN

Gli occhi del mondo automotive sono puntati su Göteborg, dove Jim Rowan, Ceo di provenienza Dyson e Blackberry e che dalla Cina la casa madre Geely ha nominato poco più di un anno fa alla guida di Volvo, ha optato per una mossa ardita e forse epocale per quanto riguarda il design della casa svedese. Dal 1° maggio, infatti, dopo dieci anni a Göteborg e sei come responsabile del design Volvo, Robin Page ha sì assunto il titolo di "senior adviser", ma a fianco di chi in sostanza lo ha sostituito: Jeremy Offer. Il fatto è che Offer, 55 anni, come il Ceo Rowan non proviene dalla filiera dell'industria automobilistica, ma ha una trentennale etichetta di "industrial designer". La scelta, che alcuni ritengono legata alla tumultuosa trasformazione dell'auto nella corsa all'elettrificazione, incuriosisce perché è la prima volta che l'industrial design entra a quel livello nel ristretto e specialistico dominio del car design (e questo mi riporta a quarant'anni fa, alla nascita di questa rivista, quando discutemmo a lungo con il fondatore Fulvio Cinti se la nostra pubblicazione dovesse chiamarsi "AutoDesign" o aprirsi a tutto il design -



Robin Page next to the 360c concept. At the bottom of the page are some sketches and a rendering: inspired by Scandinavian minimalism like all Volvos, the 360c was also aiming at added value for the user.

Robin Page accanto al concept 360c. A fondo pagina, alcuni schizzi e un rendering: improntato come tutte le Volvo al minimalismo scandinavo, anche il 360c era alla ricerca di un valore aggiunto per l'utente.

come oggi sta facendo Rowan - e chiamarsi "Auto&Design": una "amp;" che vuol dire molto). Soprattutto ci si domanda, non senza una certa incredulità, se questo possa essere l'inizio di una nuova tendenza nel mondo dell'auto.

«Chissà, potrebbe anche funzionare», azzarda Page: «Per definizione un nuovo Ceo non può lasciare le cose com'erano, qualcosa deve cambiare. Rowan sa di avere un'azienda ai vertici del design automotive e gli piace l'idea di introdurre persone con punti di vista differenti. Toccherà poi a Offer decidere che cosa fare». Certo è che ci vorrà molto tempo prima che il resto dell'industria possa valutare i pro e i contro di un cambiamento che tocca profondamente l'evoluzione e in definitiva la filosofia dell'auto. Come spiega lo stesso Page, i programmi Volvo per i prossimi cinque anni sono già definiti, con la presentazione di uno o due modelli ogni anno, molti dei quali ispirati al Concept Recharge del 2021 (cover story di A&D 250) e con qualche concessione anche allo studio della sicurezza futuribile contenuto nel concept 360c del 2018 (cover story di A&D 233). La mano dell'industrial design potrebbe tardare a rivelarsi.

D'altra parte, osserva Page, «nel design del concept 360c c'era un approccio puristico, tutto aveva una funzione, una caratteristica che lo avvicinava all'industrial design». Il 360c «non era soltanto un'auto: studiato per la futura guida autonoma era anche un posto letto, un ufficio, un luogo di svago, una cabina per pendolari». E poi il Concept Recharge: «Un modo di esplorare un ambiente per la famiglia, addirittura con uno spazio per il cane di casa, progettato per adattarsi allo stile di vita degli occupanti, quindi alla user experience, e non per offrire – come altri



The 2018 360c concept, Page points out, was not just a car: it was also a sleeping place, an office, a place of recreation, a cabin for commuters, the result of a puristic approach in which everything had a function, a characteristic that approached industrial design.

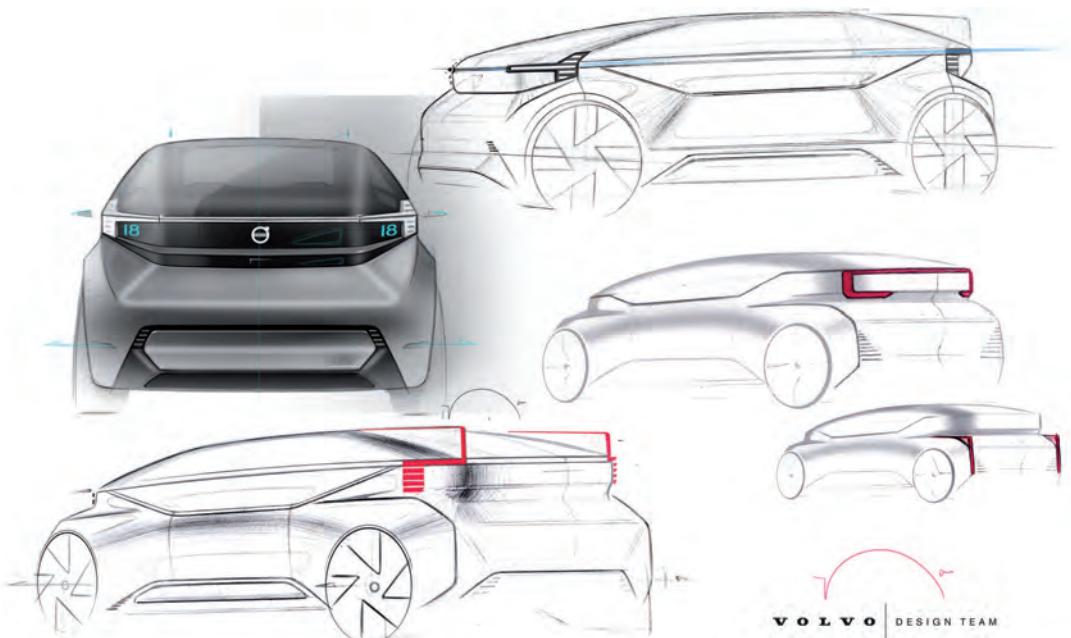
Il concept 360c del 2018, sottolinea Page, non era soltanto un'auto: era anche un posto letto, un ufficio, un luogo di svago, una cabina per pendolari, frutto di un approccio puristico in cui tutto aveva una funzione, caratteristica che lo avvicinava all'industrial design.

soltanto per divertimento, ma c'era lo sforzo di progettare cose ben ragionate, in grado di offrire un valore aggiunto all'utente. E questa è una tendenza per il futuro, quando in primo piano verranno la versatilità e la possibilità di adattare l'auto al proprio stile di vita, sempre nel quadro – per noi essenziale – della massima sicurezza. E poi la sostenibilità nell'uso dei materiali: prevediamo di raggiungere entro il 2040 un'economia circolare, fabbricando auto con il riciclaggio di quelle vecchie». È a questo che pensava Rowan al momento delle sue scelte?

Però l'auto resta un'auto, anche se – assicura Page – «saranno le proporzioni dell'elettrificazione a dominare il design e progetti finora dettati dalle dimensioni del motore dovranno ora tenere conto delle batterie fra i due assali, quindi avremo vetture con un passo lungo e ruote le cui dimensioni ristabiliscono buone proporzioni». I lunghi cofani sembrano una cosa del passato e i SUV – prima o poi – passeranno di moda, ed è a quel "dopo" che già da oggi devono provvedere i designer. Si tratterà anche di far superare agli utenti i dubbi sull'elettrico, legati soprattutto all'autonomia. «Negli anni '80 e '90 ci preoccupava per la durata delle batterie dei telefoni cellulari, ma oggi nessuno ci pensa più. Lo stesso avverrà per l'auto: quando potremo garantire un'autonomia reale di 600 o 700 chilometri l'ansia svanirà. Vivremo uno sweet point, come per i telefonini». ■■■

fanno a tutti i costi - un'immagine sportiva. Non avevamo più bisogno di una presa d'aria, quindi abbiamo sostituito la classica calandra con uno scudo pulito: anche qui forma e funzione. Si potrebbe riflettere che quello era già un approccio industriale».

La linea di demarcazione fra car design e industrial design, insomma, è molto labile. Prendiamo per esempio quello che negli ultimi anni è stato un chiodo fisso per i designer Volvo: il minimalismo scandinavo. «Le cose che abbiamo fatto – insiste Page – non sono state scelte





NUOVA ALFA ROMEO TONALE PLUG-IN HYBRID Q4 LA SPORTIVITÀ HA UNA NUOVA ENERGIA

Le immagini hanno scopo puramente illustrativo. Le caratteristiche ed i colori possono differire da quanto rappresentato. Immagini scattate in area privata.
Rispettare sempre le regole del Codice della Strada.



JOIN THE TRIBE

Consumo di carburante Alfa Romeo Tonale Plug-in Hybrid Q4 (l/100km): 1,4 – 1,3; consumo di energia elettrica (kWh/100km): 18,7 – 16,8; Emissione di CO₂ (g/km): 33 – 29. Valori omologati in data 05.11.2022 in base al ciclo misto WLTP e indicati a fini comparativi.

GEELY "GALAXY" SMART ELECTRICS

PREMIUM GALAXY NEV-LIGHT PROTOTYPE

CAR MAKER GEELY
ADHERE TO A USER-FIRST
APPROACH REPRESENT CHINESE AESTHETICS WITH INTELLIGENT TECHNOLOGY
CREATE A SUPER INTELLIGENT TERMINAL INTEGRATING HEAVEN AND EARTH
UNMISTAKABLY CHINESE: BEYOND TRADITION, MORE JOY

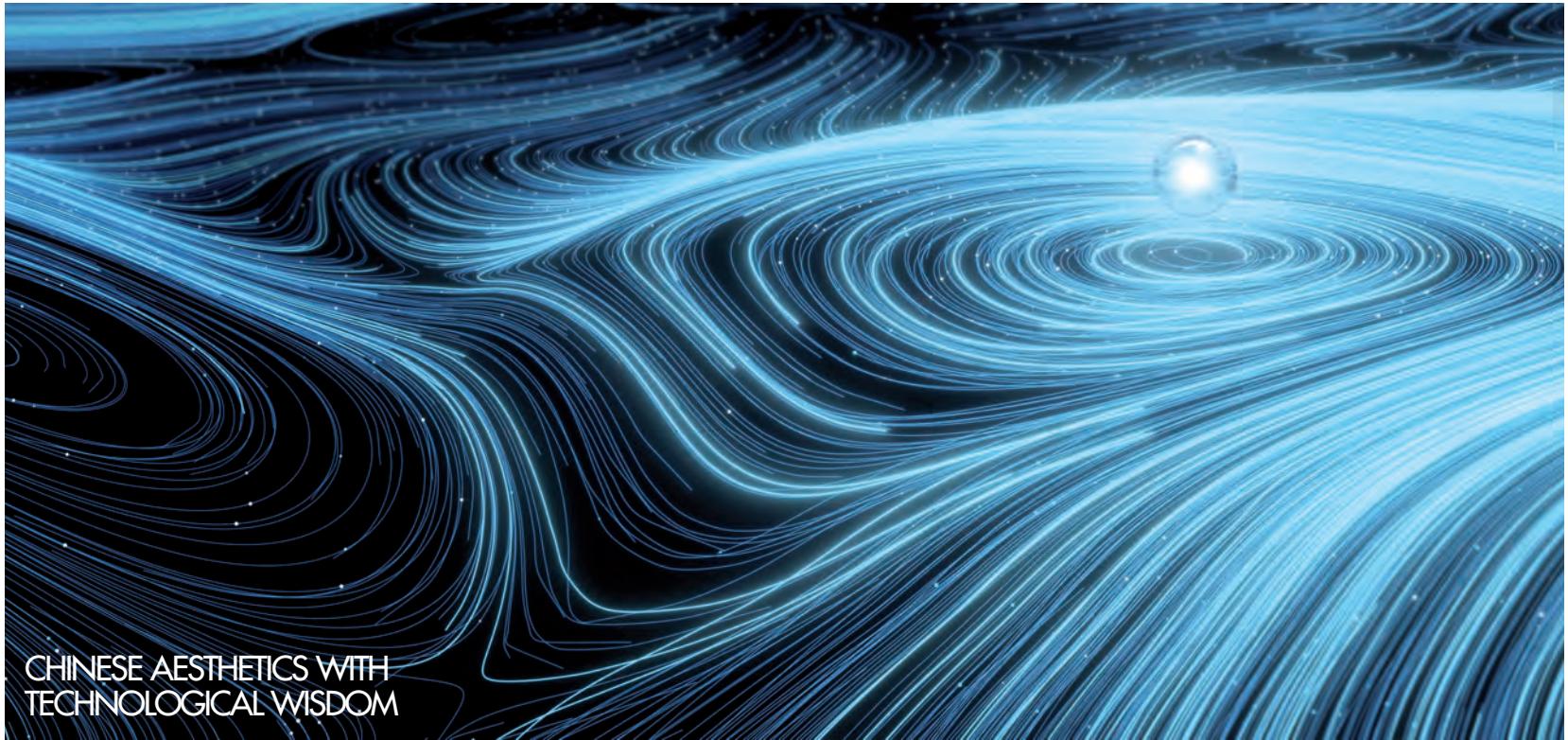


造车者吉利
坚持用户至上主义
以智能科技，书中华美学
打造天地一体化的超级智能终端
很中华、不传统、更快乐

The design of the Geely Galaxy Smart Electric Prototype Car - "Galaxy Light" - is the result of Geely "ripple" aesthetics, which have been inherited and evolved in the intelligent era. The "ripple" is the Geely brand super symbol. "Galaxy Light" is rooted in Chinese civilization, inherits Chinese aesthetics, integrates scientific and technological wisdom, blending imagination and experience. It breaks through a stereotyped, homogeneous design of electric vehicles, to create a Chinese-flavored NEV, by digging deep into all the possibilities for smart electric vehicles with users in the new era.

吉利银河智能电动原型车——“银河之光”的设计，是吉利涟漪美学，在智能时代传承、进化的成果。涟漪，是吉利品牌的超级符号。“银河之光”根植中华文明、传承中华审美，融汇科技智慧，让想象与体验高度融合，跳脱千篇一律的电动车同质化设计，创造具有中国味的新能源车，与新时代用户一同畅想智能电动汽车的各种可能。





CHINESE AESTHETICS WITH TECHNOLOGICAL WISDOM

Geely Design traces Chinese aesthetics and brand genes inward and innovates and integrates all possible interconnections outward of audio, optical, and human-vehicle networks in the intelligent era, to represent an artistic Chinese conception by means of science and technology. We not only use culture to support innovation but rely on scientific and technological innovation to refresh traditional culture with new charm.

"Crouching Tiger" body

Low center of gravity, wide body electric coupe; the body posture resembles a tiger, accumulating strength, powerful and aggressive. It brings excellent aerodynamic performance, and the drag coefficient is only 0.19.

"Ripples of light" front face

The unique rhythmic beauty of the "ripple" brand super symbol is reinterpreted with light and electric means to create infinite possibilities.

"Flying frame tiger gesture" headlamp

The upward momentum of the frame and glowing gaze of the tiger make the front face more vivid.

"Flying frame double eave" tail lamp

Steady and proud, with the additional benefit of less wind resistance.





吉利设计向内追溯中华美学和品牌基因，向外创新融合智能时代声光电、人车网相互连结的可能，以科技之笔，书中华意境。不仅用文化为创新提供底蕴支撑，更依靠科技创新，让传统文化焕发全新魅力。

「伏虎之姿」车身

低重心、宽体电动轿跑，车身姿态如伏虎蓄力，威猛生风。带来极佳的空气动力学性能，风阻系数仅0.19。

「光之涟漪」前脸

将品牌超级符号“涟漪”独有的韵律美，用光电的手法重新诠释，碰撞出无限可能。

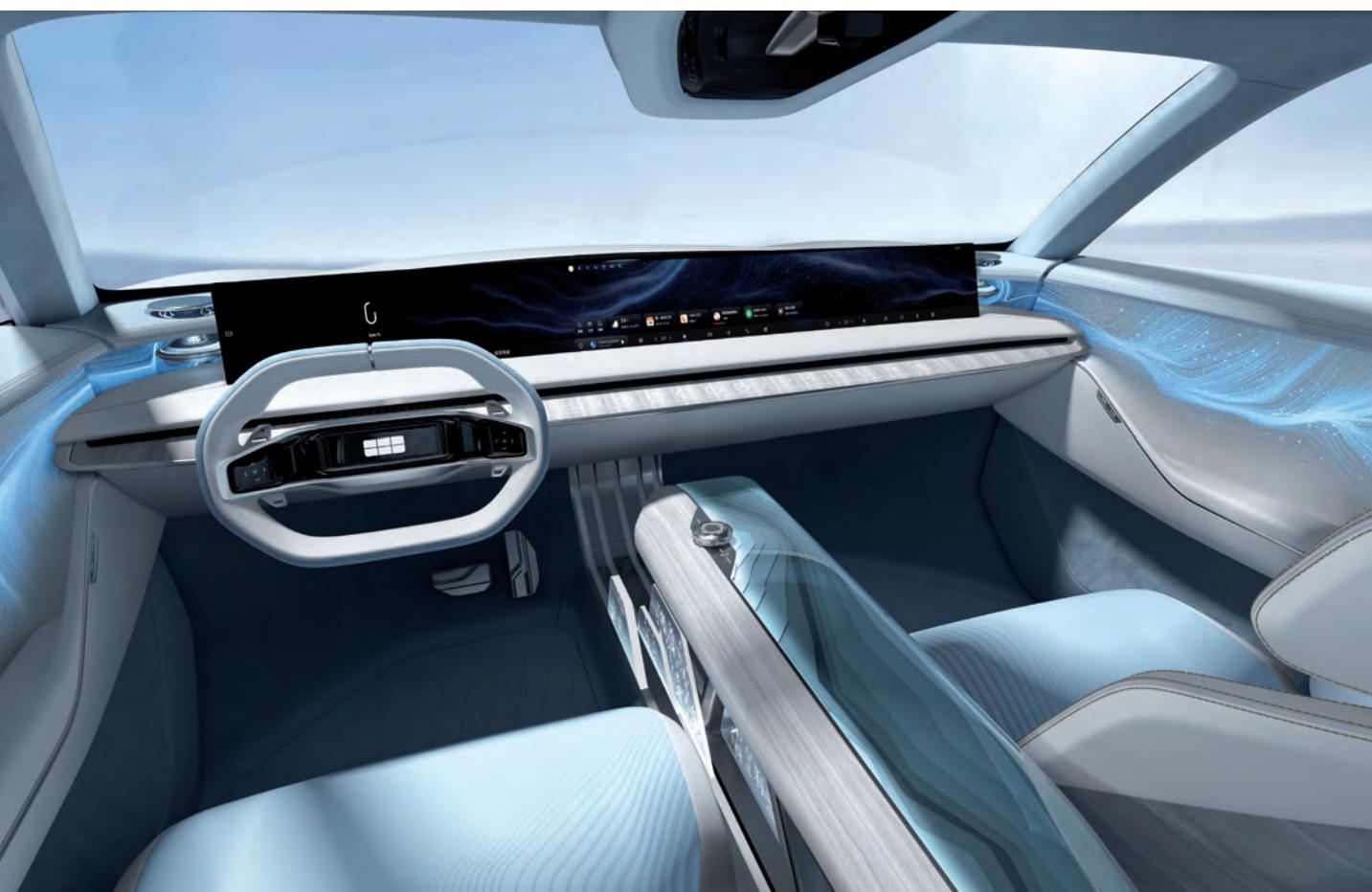
「飞檐虎视」前大灯

汲取飞檐的上扬气势、以及猛虎的神采目光，让前脸有了更加生动的表情。

「飞翼重檐」尾灯

平稳而大气，兼具降低风阻的巧思。





"Galaxy Cabin - Xi Lake Bank"

The full-width giant screen creates a technological atmosphere surrounded by Galaxy and also reproduces the beauty of Xi Lake in the cabin; it creates an ambience of "surrounded by Galaxy in the sky, and Xi Lake on the ground". The left and right door panels resemble bright galactic scrolls, offering an immersive experience. The rear-hinged butterfly door and the large screen with a rotatable curved screen bring a strong sense of a technological atmosphere. The light blue color of Xi Lake for the leather, combined with natural bamboo fibre carpet, creates a sense of the flowing water of Xi Lake throughout the space. Like water, Design needs a source and, like trees, it needs roots. Geely utilizes the strength of science and technology to represent the Chinese artistic conception, and allows a harmonious coexistence of natural beauty and technological aesthetics, by applying the unique romance of China within the smart cabin.

银河座舱·西子水岸

通过贯通式巨幕，营造银河环绕的科技氛围，更在座舱中复刻西湖之美，营造出“天上银河环绕，地上西湖荡漾”的氛围感。左右车门板似璀璨的银河画卷带给人沉浸式体验，对开迎宾蝴蝶门、可翻转曲面大屏，带来浓烈的科技氛围感。浅色西子蓝皮革颜色，配合天然竹纤维地毯，似盈盈的西湖水流动在整个空间。

设计不能是无源之水、无根之木，吉利以科技之笔，书中华意境。将中国人独有的浪漫注入智慧座舱，让自然美与科技美和谐共生。

Three pools mirroring the moon: Inspired by the three pools mirroring the moon in Xi Lake, it integrates suspended audio, fragrance, and ambient light.

Xi Lake bank: The central armrest box is designed with the inspiration of Xi Lake bank. The light and shadow are rolling and the waves are rippling.

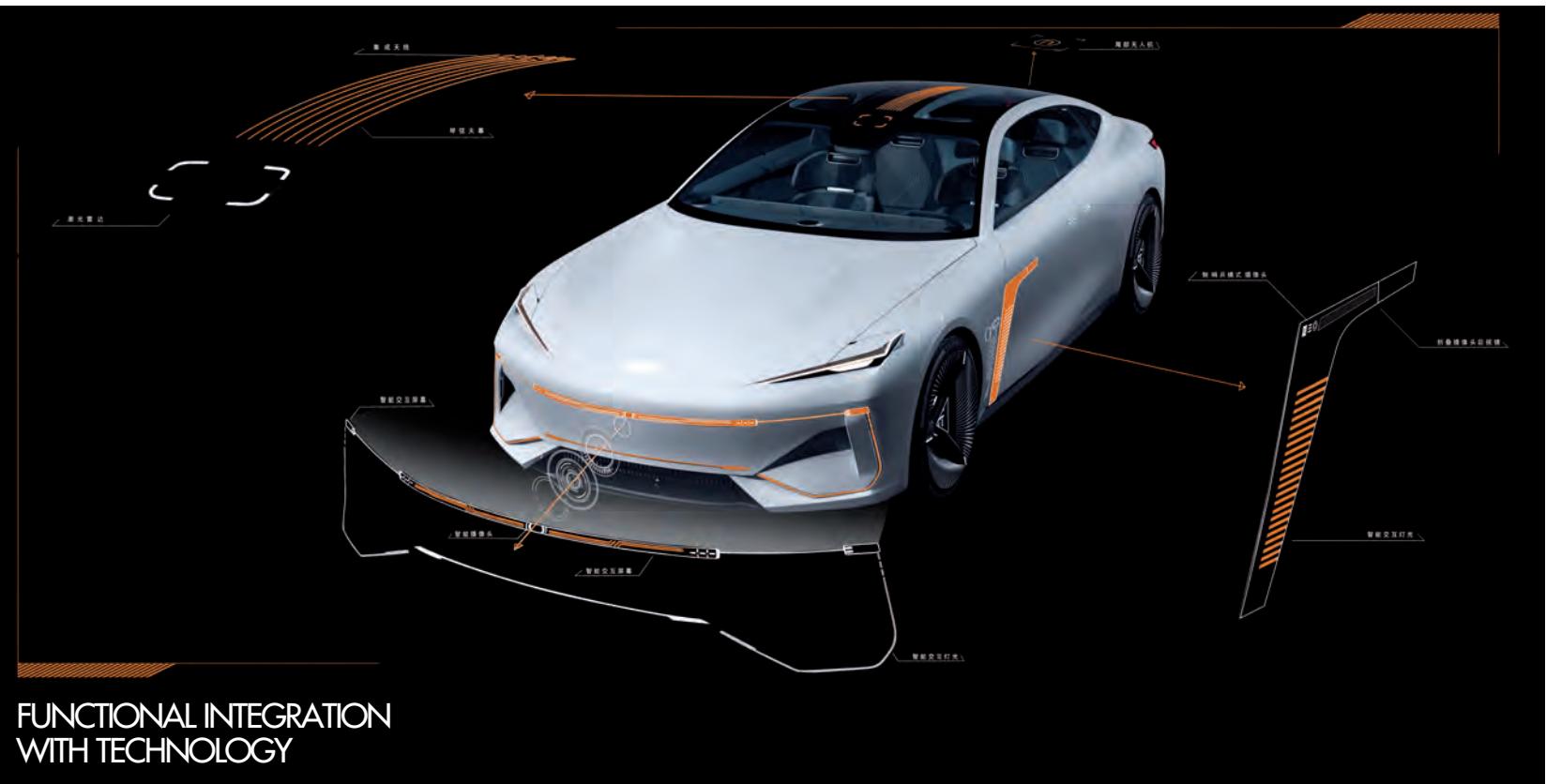
Stretching mountains: the lower part of the central armrest box is similar to the mountains surrounding Xi Lake. The original poem by Eric Li, the founder of Geely, presents Geely's unique cultural symbol.

三潭印月：以西湖三潭印月为灵感设计，集悬浮音响、香氛氛围灯于一体。

西子水岸：中央扶手箱以西湖水岸为灵感而设计，光影连绵起伏，水波荡漾。

书山叠嶂：中央扶手箱侧下区，像环绕西湖的山丘高低起伏，吉利创始人李书福先生的原创诗作，呈现独属于吉利的文化符号。





FUNCTIONAL INTEGRATION WITH TECHNOLOGY

"Galaxy Light" bases its aesthetics on simplicity. Through integrated design, it has created three "technology integration zones" that run through the whole body, integrating technologies with intelligent hardware in a new layout. It not only makes the surfaces cleaner and more technological, but entails a more convenient and pleasant user experience.

Front face technology integration area: the front face integrates a high-definition camera, radar sensor, and IP to form a "trinity" design layout, striking a good balance between aesthetics and functionality. It enables the interaction of information inside and outside the vehicle. Side technology integration area: side integrated air curtain cover, streaming media rearview mirror, hidden door handle,

side sentry mode camera screen, NFC unlock area, charging port, outdoor mobile charging power, outdoor mobile lights, etc.

The rear and roof technology integration area: the "string sunroof" is inspired by the poem: "meeting a bosom friend in the mountains and rivers", and the "low orbit satellite antenna" is integrated into the sunroof. Based on the strong computing power of the Star Smart Supercomputing Center, it creates conditions for Geely's unique "the sky-is-the-limit" intelligent ecosystem. Extending from roof to rear, it integrates LiDAR, a high-mounted brake light, a camera, a drone module, connecting third-person experience, innovative scene applications, Vlog sharing, etc.



"银河之光"以简为美，通过集成化设计手法，打造了贯穿全车身的三个“科技集成区”，将科技智能硬件全新布局整合，让型面更简洁、更科技，让用户体验更便捷、更愉悦。

前脸科技集成区：前脸集成高清摄像头、雷达传感器

信息显示面板，形成“三位一体”设计格局，巧妙完成美学与功能的平衡，可与车外实现信息交互。



侧面科技集成区：侧面集成气帘盖板、流媒体后视镜、隐藏式门把手、侧哨兵模式摄像头屏幕、NFC解锁区、充电口、户外移动充电电源、户外移动照明工具等。

车尾车顶科技集成区：车顶的“琴弦天幕”以“高山流水遇知音”为设计灵感，“低轨道卫星天线”集成在天幕中，结合星睿超算中心的强算力，为吉利独有的“捅破天”智能生态创造条件。从车顶延伸至车尾，整体集成了激光雷达、高位刹车灯、摄像头、无人机模块，联通第三视角体验、创新场景应用、Vlog分享等功能。

HIGH-VALUE SAFE MODE, USER EXPERIENCE IS KING

"Galaxy Light" creates an immersive intelligent ecological cabin, providing a safer, more convenient and comfortable HMI experience. In the cabin, the 45-inch giant screen, the left and right door panel LED screens, and the rear flexible screens form the "Galaxy Circular Screen".

Seamless connection between the front and rear seats enables closer interactions throughout the whole vehicle. The "information flash" mode allows the front seat to send the on-board information to the rear seat for sharing, and occupants can also enjoy exclusive entertainment without disturbing each other. The rear seat can also provide driver assistant information for the front seat driver, such as navigation, destination, etc., to provide more support for driving safety.

Use the touch screen to switch between six scene modes: sentry mode, camping mode, nap mode, Vlog mode, pet mode, and celebration mode, and enable information interaction with the front face screen.

"银河之光"打造沉浸式智能生态座舱，让人机交互体验更安全、更便捷、更舒适。座舱内，45寸巨幕、左右门板LED屏幕、后排柔性屏幕组成环抱贯穿式“银河环幕”。

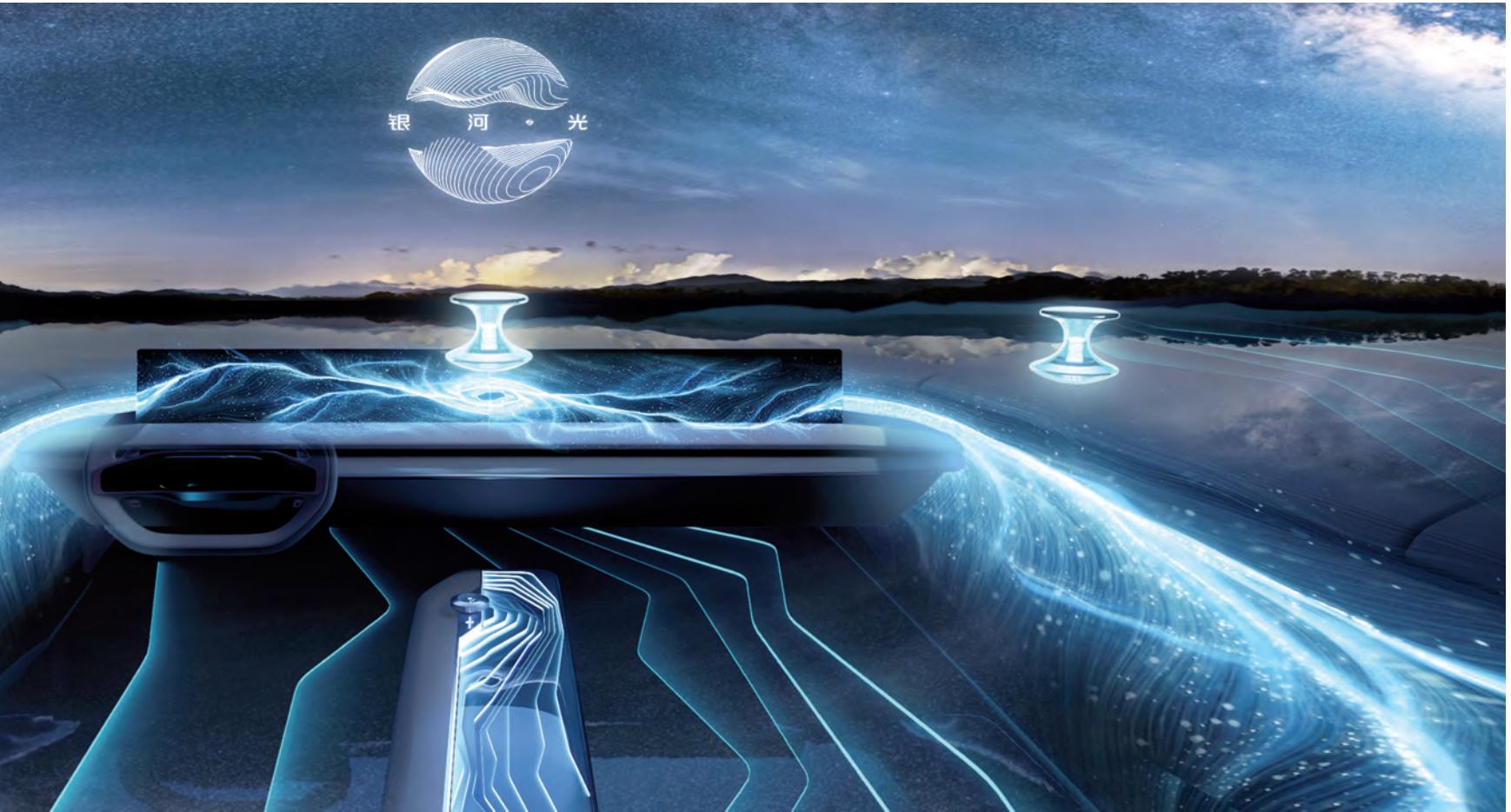
前后排无畅连接使整车交互更为紧密，“信息闪送”模式让前排可以推送车载信息至后排同享，相互之间也可独享娱乐互不打扰。后排也能为前排驾驶者提供驾驶信息辅助，例如导航、目的地发送等，为驾驶员的行车安全带去多一份保障。

手指在座舱屏幕上轻轻操作，还可实现哨兵模式、露营模式、小憩模式、Vlog模式、宠物模式、欢庆模式六大场景模式，并与前脸屏幕实现信息连接。



"GALAXY LIGHT" DESIGN TEAM





吉利银河 只做高价值新能源汽车



TWO NEW, POST-1980s LEADERS MEET

The debut of "Galaxy Light" is a representative Geely masterpiece, entering the accelerated development stage of smart electrics. Behind the show on the stage is the brand-new Geely Design philosophy.

Jerry Gan, President of Geely Auto Group and the running man "Mr Gump", has a unique vision and has hired Mr Chen Zheng, a talent with both design and branding strengths. Two post-1980s car people, boss and employee, full of aspirations for China's independent auto industry, jointly created the "Galaxy Light" to usher in a new era of high-value NEV in China.

At the age of 25, Chen Zheng set foot in Turin alone, and since then he has developed his team from five people to a design center of 100 people with 29 nationalities. Learning from the east to the west, he gave back to the Chinese automobile industry. He is not only the design leader, but the brand builder. Chen Zheng is known by the media as "the car designer with the best branding mindset". Guided by the new leader Chen Zheng, Geely Design will help the brand to go upward with design strength, to turn imagination into reality, and to establish a new benchmark for the design of smart electric vehicles in China, through the support of system power and the implementation of advanced design technology.



“银河之光”的面世，是吉利步入智能电动化加速发展阶段的代表作品。舞台上的瞩目背后，是吉利设计的全新气象。

吉利汽车总裁、奔跑的“阿甘”——淦家阅独具慧眼，选择了兼具设计实力和品牌思维的人才——陈政。两位“80后”汽车人是上下级，更拥有对中国自主汽车行业相同的热忱，他们联手打造了“银河之光”，开启中国高价值新能源汽车新时代。

陈政25岁只身闯都灵，从5人小团队发展成29国籍的百人设计中心，东学西渐，回馈民族汽车行业。他既是设计掌舵者，又是品牌建设者，被媒体称为“最懂品牌的汽车设计人”。

在“新掌门人”陈政的带领下，吉利设计将以设计助力品牌向上，通过体系力加持和前瞻设计技术落地，将想象转化为现实，打造中国智能电动车的设计新标杆。

HUMAN SURFACES



Silvia Baruffaldi

Not having a past has its advantages. "You can decide who you want to be and work towards it. We want to benefit from not having a history". Jorge Diez, as its head of design, can only be pleased with how quickly Cupra has grown successful just five years after its launch as an independent brand. Diez reached the head Seat and Cupra design position two-and-a-half years ago, by which time the Tavascan was well on its way to becoming a serial production, as a matter of fact quite faithful to the namesake concept car unveiled at the Frankfurt motor show in 2019.

It is one of the most important projects for Cupra, he explains in the inner courtyard of the



The Tavascan is a bold new interpretation of the electric SUV-coupe. Its athletic and determined appearance is based on strong lines. Three luminous triangles characterise the identity of the front and rear: the light clusters (the front ones use matrix LEDs) and the central illuminated logo.

La Tavascan è un'interpretazione inedita e audace del Suv-coupé elettrico. L'aspetto atletico e determinato è costruito su linee forti. Tre triangoli luminosi connotano l'identità di fronte e retro: i gruppi ottici (quelli anteriori impiegano Led a matrice) e il logo centrale illuminato.



The negative-cut, "shark nose" front end is modelled to optimise aerodynamics, as is the wedge-shaped body in which the side muscles extend to the tail end. The lower air intakes help cool the batteries.

Il frontale dal taglio negativo, "shark nose" è modello per ottimizzare l'aerodinamica, così come il corpo vettura a cuneo in cui la muscolatura laterale si estende fino alla parte posteriore. Le prese d'aria inferiori sono funzionali al raffreddamento delle batterie.

Jorge Diez, head of Seat and Cupra design since December 2020. "The human body is a constant element and a key inspiration for us, the muscularity is found throughout the car".

Jorge Diez, capo del design Seat e Cupra dal dicembre 2020. «Il corpo umano è un elemento costante e un'ispirazione fondamentale per noi, la muscolarietà è in tutta la vettura».

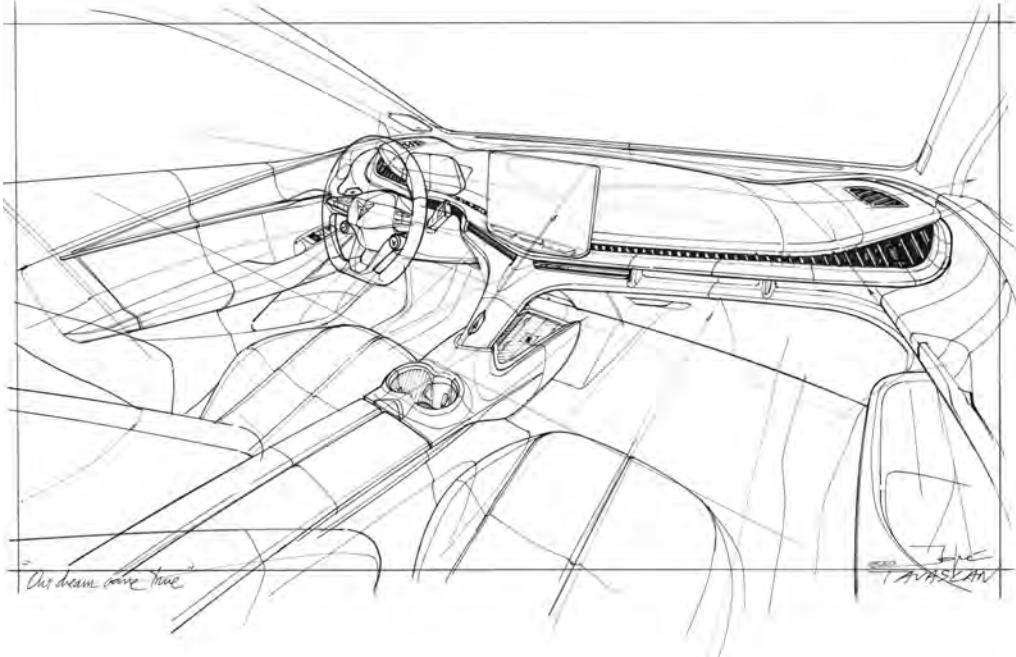
Martorell design centre, where we went for a confidential preview of the Tavascan. "It is the second pure electric after the Born and the first in a new segment, the Suv-coupé. Cupra always tries to propose architectures that are a little unconventional, just as the Formentor has already demonstrated. I find the mix of concepts very interesting: you have an SUV on the lower



part, where the presence of the batteries within the floor pan is well disguised, and a fast dropping line in a coupé style".

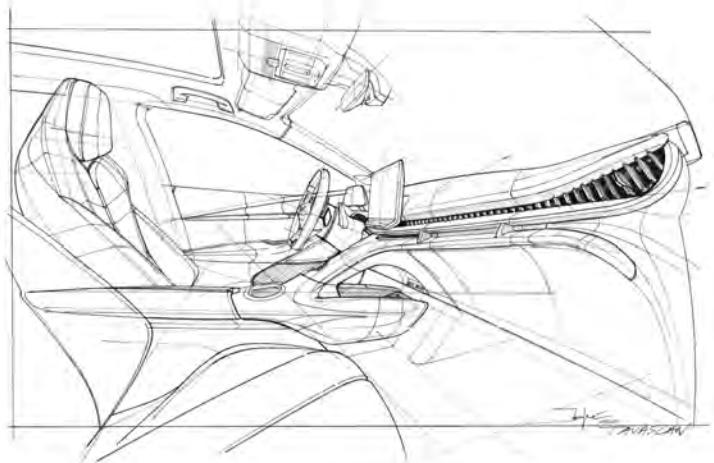
Athletic in its proportions, the Tavascan sports a bold design language that will also be used on the brand's future car line-up. But only in part, Diez is quick to point out: "Some elements will be across-the-board, such as the triangular light clusters on the front and rear because we want a recognisable light shape, but they will be dealt with differently in each model because each one has to have its own distinct character. In the past there were "design criteria" that needed to be applied across the whole range in the same way. Cupra wants to create this "wow effect" and to be desirable, but if you simply repeat the same formula you produce nothing surprising or unexpected: so, for us, expectations are very important and the identity of each model has to be very strong.

In the Tavascan every aspect is designed to amaze: minimalism is certainly not its hallmark. The shark nose front end hints at sportiness and aerodynamic efficiency, with a sort of large mask with a determined expression in which the triangular headlights and the illuminated Cupra brand logo stand out - amongst the first production models in Europe to do so. "The surfaces are treated like the muscles of the human body, with different curvatures", explains Diez as he walks around the car. "Emotion is key: the sensation of speed had



The star of the interior is the central spine, a structural element that connects the console to the dashboard with a floating effect. As a sculptural and architectural whole it lends a sense of lightness to which the similarly designed "bucket" sports seats add on to the effect.

Protagonista dell'interno è la spina dorsale centrale, elemento strutturale che collega la consolle alla plancia ad effetto flottante. È un insieme scultoreo e architettonico che conferisce un senso di leggerezza cui contribuiscono anche i sedili sportivi "bucket" concepiti allo stesso modo.

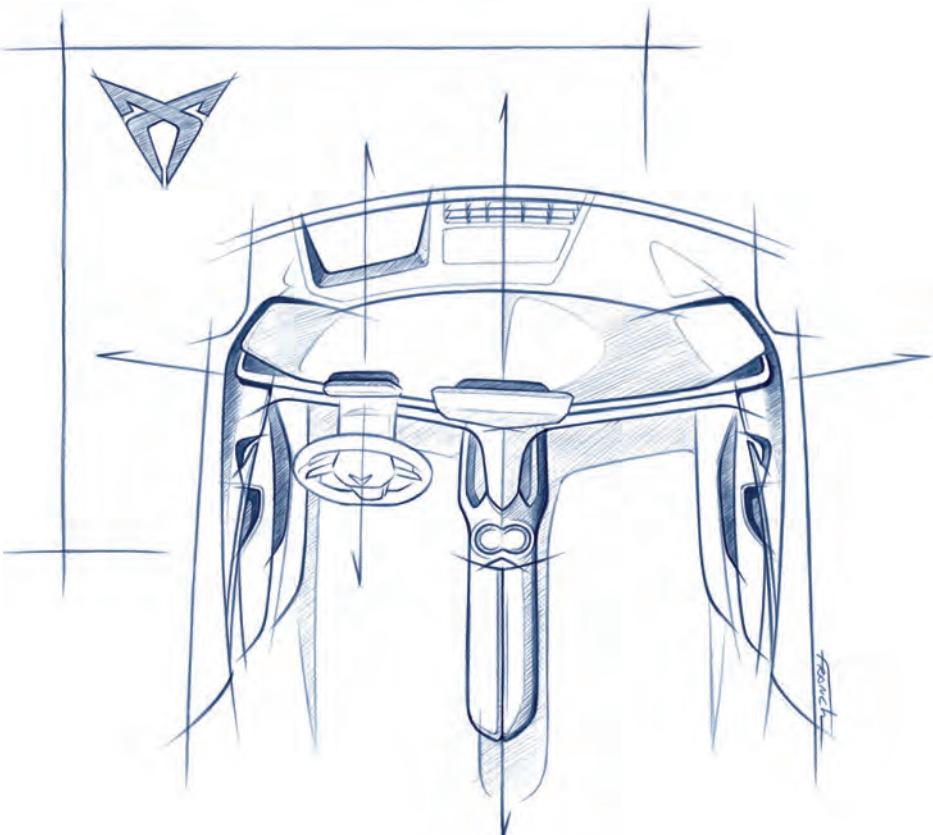
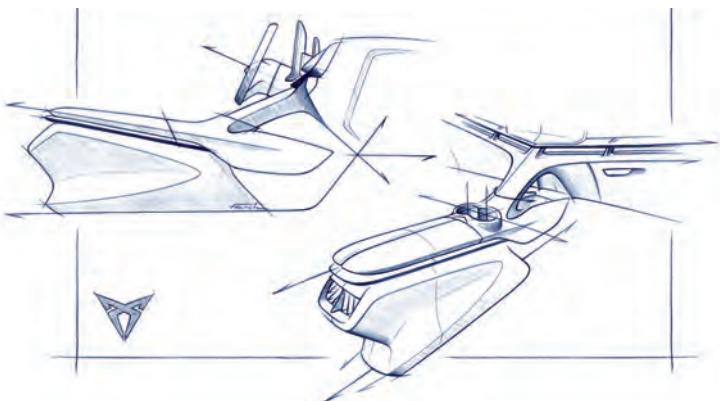


to be expressed to the maximum, which is why we wanted to create this kind of tension. As if the car was charged with energy ready to explode.

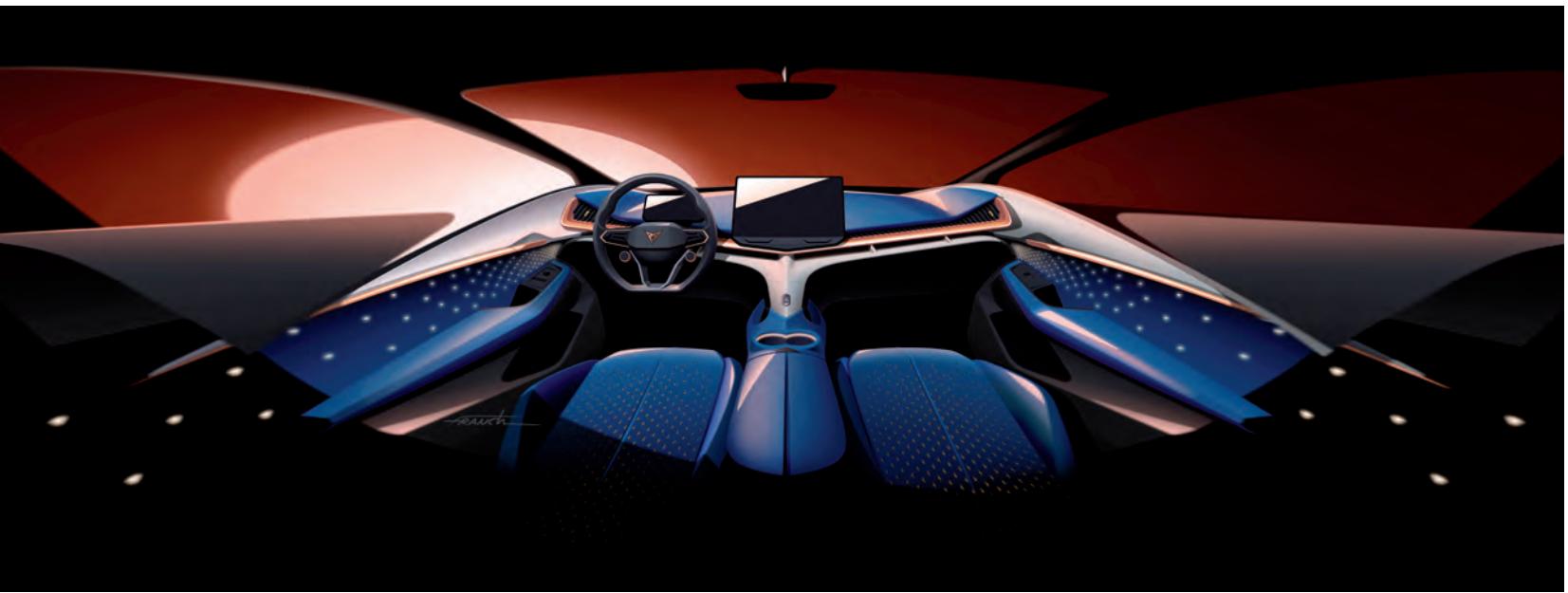
The reference to the human body is also clearly expressed in the interior, where - a rarity in itself - the design virtually mirrors the show car, with a large central spine giving structure to the floating dashboard. "Combining muscularity with this 'bone effect', the spine is deliberately bare, and you also find it in the back of the seats: when you sit down it is as if body and car become one. There is a lot of future in this interpretation: we have man at the centre whilst in

the past the focus was on engine and performance."

Such an original design could not be as fascinating without the colour choices and materials developed by Francesca Sangalli, Head of Colour & Trim, and her team. She illustrates the authenticity of the surfaces, "where there are plastic parts, these are quality and not coated", and the applications of parametric design, "evolutionary 3D graphics, which enhance the very form on which it is applied, whether hard or soft-touch surfaces such as the laser-perforated seat upholstery". And of course, lots of details in "copper" colour - another strong Cupra character trait. ■■■



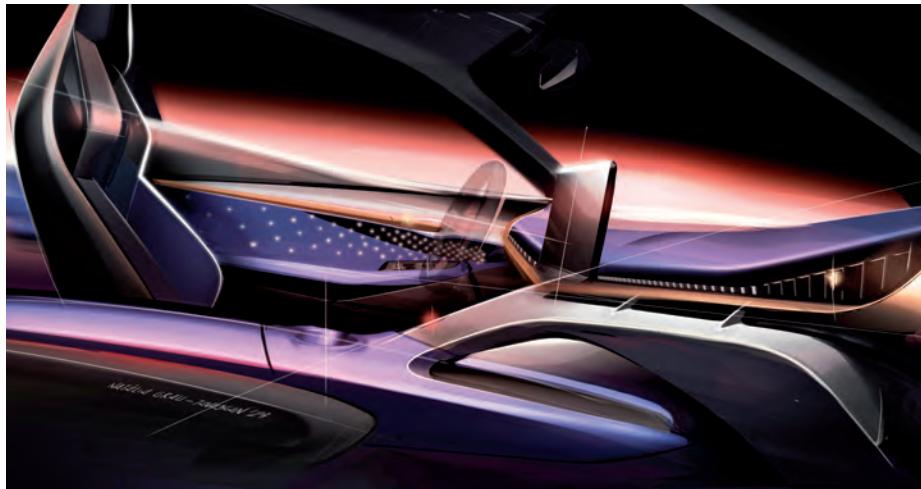
From left to right: Julio Lozano, Head of Exterior Design; Carlos Arcos, Exterior Physical Models; Jesus Guzmann, Design Painter; Carlos Arcos; Angel Alcaide, Interior Physical Models; Jaume Sala, Head of UX/UI Design.



SUPERFICI UMANE

Non avere un passato ha i suoi vantaggi. «Puoi decidere chi vorrai essere e impegnarti per attuarlo. Vogliamo trarre vantaggio dal non avere una storia». Jorge Diez non può che essere soddisfatto di quanto rapidamente Cupra, di cui è a capo del design, sia cresciuta con successo a soli cinque anni dal lancio come brand autonomo. Diez è arrivato alla direzione del design Seat e Cupra due anni e mezzo fa, quando la Tavascan era ormai in fase avanzata per diventare un prodotto di serie, per altro assai fedele alla concept car omonima svelata al salone di Francoforte nel 2019.

Si tratta di uno dei progetti più importanti per Cupra, ci spiega nel cortile interno del design center di Martorell, dove siamo andati per un'anteprima riservata della Tavascan. «È la seconda elettrica pura dopo la Born e la prima in un nuovo segmento, quello dei Suv-coupé. Cupra cerca sempre di proporre architetture un po' diverse dall'ordinario, come ha già dimostrato la Formentor. Trovo molto interessante il mix di concetti, hai un Suv nella parte inferiore, dove è ben mascherata la presenza delle batterie nel pianale, e una linea del tetto che scende velocemente in stile coupé».



Atletica nelle proporzioni, la Tavascan sfoggia un linguaggio formale audace che verrà declinato anche sulle prossime vetture del marchio. Ma solo in parte, precisa subito Diez: «Alcuni elementi saranno trasversali, come i gruppi ottici triangolari su fronte e retro perché vogliamo una firma lumi-

nosa riconoscibile, ma saranno trattati in modo diverso in ogni modello perché ciascuno deve avere un suo carattere deciso. In passato c'erano i "design criteria" da applicare su tutta la gamma allo stesso modo. Cupra vuole creare questo "effetto wow", essere desiderabile, ma quando ripeti la

stessa formula non hai nulla di sorprendente o inatteso: per noi le aspettative sono invece molto importanti e l'identità di ogni modello deve essere molto forte».

In Tavascan ogni aspetto è disegnato per meravigliare, il minimalismo non è la sua cifra. Il frontale dal taglio "shark nose" è



David Jofre, Head of Interior Design; Natalia Grau, Interior Designer; David Jofre; Francesca Sangalli, Head of Colour & Trim; Juan Silva, Design Leader Seats & Buckets; Alejandro Nadal, Design Leader Interior Components.



The "muscle and bone" theme is clearly evident in the finished car, which is 4644 mm long (2766 mm wheelbase), 1861 mm wide and 1597 mm high. The Tavascan will come to market in 2024 followed by the larger Terramar SUV and, in 2025, the UrbanRebel. Below, the Seat Cupra team at the Martorell design centre.

Il tema "muscoli e ossa" è ben evidente nella vettura finita, lunga 4644 mm (2766 mm il passo), larga 1861 e alta 1597 mm. La Tavascan arriverà sul mercato nel 2024 seguita dal Suv più grande Terramar e, nel 2025, da UrbanRebel. Sotto, il team Seat Cupra al design center di Martorell.



votato alla sportività e all'efficienza aerodinamica, con una sorta di grande maschera dall'espressione determinata in cui spiccano i fari triangolari e - tra i primi modelli di serie in Europa - il logo del marchio Cupra illuminato. «Le superfici sono trattate come i muscoli del corpo umano, con curvature diverse», spiega Diez camminando intorno alla vettura.

«L'emozionalità è fondamentale, il feeling della velocità doveva essere espresso al massimo, ecco perché abbiamo voluto creare questa sorta di tensione. Come se la vettura fosse carica di energia pronta a esplodere».

Il riferimento al corpo umano è espresso chiaramente anche all'interno, dove - cosa rara - il design è praticamente quello della showcar, con una grande spina centrale che dà struttura alla plancia flottante. «Combina muscolosità con questo "bone effect", la spina è volutamente scoperta, e la si ritrova nel retro dei sedili: quando ti siedi è come se corpo e macchina diventassero un tutt'uno. C'è molto futuro in questo orientamento, abbiamo l'uomo al centro mentre in passato il focus era su motore e prestazioni».

Questo design così originale non potrebbe essere altrettanto affascinante senza le scelte cromatiche e i materiali messi a punto da Francesca Sangalli, Head Color & Trim, e dal suo team. È lei ad illustrarci l'autenticità delle superfici, «dove ci sono parti plastiche, queste sono di qualità e non ricoperte», e le applicazioni del design parametrico, "evolutive graphic" in 3D, che esalta la forma stessa su cui è applicato, sia che si tratti di superfici dure o morbide al tatto come i rivestimenti dei sedili con perforazione al laser». E naturalmente, tanti dettagli in colore rame: un altro tratto caratteriale forte di Cupra. ■■■





PEUGEOT

NUOVA 408

PLUG-IN HYBRID



THE LANGUAGE OF ATTRACTION

Fino a 64 km di autonomia in modalità full electric
PEUGEOT i-Cockpit® 3D - Guida semi-autonoma

PEUGEOT RACCOMANDA TotalEnergies Consumo di carburante gamma 408 Plug-In Hybrid (l/100 km): 1,3 – 1,0; consumo di energia elettrica (kWh/100km): 15,6 – 14,7; emissioni CO₂ (g/km): 30 – 24. Valori omologati in base al ciclo misto WLTP, in base al quale i nuovi veicoli sono omologati dal 1° settembre 2018, aggiornati al 30/11/2022, e indicati sono a scopo comparativo. Il consumo effettivo di carburante e di energia elettrica e i valori di emissioni di CO₂ possono essere diversi e possono variare a seconda delle condizioni di utilizzo e di vari fattori quali: optionals, frequenza di ricarica elettrica per chilometri percorsi, temperatura, stile di guida, velocità, peso totale, utilizzo di determinati equipaggiamenti (aria condizionata, riscaldamento, radio, navigazione, luci ecc.), tipologia e condizioni degli pneumatici, condizioni stradali, condizioni climatiche esterne ecc. Autonomia in modalità elettrica gamma 408 Plug-In Hybrid: 64 Km (HYBRID 180 e-EAT8)/59 Km (HYBRID 225 e-EAT8). Valori omologati in base al ciclo ponderato WLTP, aggiornato al 30/11/2022, e indicato a fini comparativi. Immagini illustrate; caratteristiche/colori possono differire da quanto rappresentato. Messaggio pubblicitario, con finalità promozionale.

MODERN CONTINUITY



Silvio jr Suppa

Reconciling the pressing need for EVs while reassuring users who don't like features that are over the top? Ford design seems to have found the solution to this conundrum with the new Explorer which has a nose panel that is deliberately devoid of a grille, but which has borrowed lines from the tradition of certain US off-roaders. It is no coincidence that the name, initially missing in press releases, appeared appropriate as soon as the car was unveiled: "Explorer, as a symbol of our story. A choice that conditioned the styling from very early on", explains Liviu Tudoran, exterior designer. "We



Unquestionably, the final views of front and tail are commendably neat. But the different processing stages, at the top of the opposite page, involved the off-road features and interesting experiments for the roof (which sometimes previewed the panoramic roof of over one square metre later adopted) or the personal lighting.

Senza dubbio le viste finali di frontale e coda vantano un'encomiabile cifra di pulizia. Ma i diversi stadi di elaborazione, in alto nella pagina a fronte, hanno contemplato caratteri più off-road e interessanti sperimentazioni per il padiglione (che talvolta anticipava il tetto panoramico poi adottato, da oltre un metro quadro) o la personale fanaleria.



are a profoundly American company, and basing ourselves on a car that is popular in America means proposing a strong expressive language in Europe too, albeit on a smaller scale".

The result is a surprise: very neat, regular shapes, no sign of the nastiness that dresses the Mustang Mach-E with ribbing, no Suv-coupé silhouette. The rational, square elements, combined with the well-chosen Artic Blue launch colour, generate almost the same effect as some early 2000s prototypes, enlivened by a purity that is anything but disagreeable.

"For the future, Ford aims to break free from the logic of an overly constrictive family feeling:



Amko Leenarts, head of design at Ford Europe since 2017, poses next to the production-ready car in Cologne. In addition to the Artic Blue shade in the photo, the new Blue My Mind and familiar Frozen White, Magnetic Grey, Agate Black and Lucid Red are offered.

Amko Leenarts, a capo del design di Ford Europe dal 2017, posa accanto all'auto pronta per la produzione a Colonia. Oltre alla tinta Artic Blue della foto, sono proposte l'inedita Blue My Mind e le note Frozen White, Magnetic Grey, Agate Black e Lucid Red.



each model will have its own character. That is why here we have enjoyed a certain freedom and made the most of the new platform, the first fully electric one for the European market", continues Tudoran. Defining this specific personality is first and foremost "the new closed grille that has become a 'shield' and is dominated by the restyled logo, i.e. flat instead of convex, in dark blue and white instead of chrome".

Further down, the aluminium-coloured profile evokes an underbody plate and, above all, engages with the corners of the bumper by opening two slits that

reduce turbulence in the wheel arches. "Aerodynamics was a key objective, but in this way we also displayed our off-road origins. Without overdoing it, as we were aiming for a road vehicle in any case". Moderation is also confirmed by the absence of any "rustic" accessories, as well as a ground clearance in line with that of saloons: perhaps the project's authentic contemporary feature, capable of completely distancing it from the proportions of the SUVs of yesteryear.

The treatment of the third side light is decidedly intriguing, decorated with a sticker never before used by Ford and conceived as a graphic replacement for the pillar "with a high degree of transparency from the inside, so as not to affect visibility". The rear, by contrast, plays on symmetries with the front through two full-width inserts (the aluminium lower profile mentioned above and the black moulding with the car's name), structuring itself strongly around the two small lights that do not encroach on the tailgate. "All the light indicators are as compact as the law allows", concludes the designer. In this way, the tail mirror is surprisingly loaded with identity, even more so than the front, borrowing the full feel of the original Explorer.

At 4.46 metres long, however, the dimensions fit into the European C-segment, offering a replacement for the popular Kuga. That's why everyday usability appears to be very well catered for: in addition to the roomy volumes typical of battery-powered cars, the enormous storage compartment fitted between the



While the nose has undergone fine variations in detail, nowhere did the designers discuss the design of a volume that is visually separated from the passenger compartment and lacks a traditional grille. The bonnet neither opens nor conceals a boot, contributing to the pleasing 'monolithic' effect.

Se il muso ha conosciuto sottili variazioni nei dettagli, in nessun caso i progettisti hanno discusso l'articolazione di un volume visivamente separato dall'abitacolo e privo di calandra tradizionale. Il cofano, poi, non si apre né cela un bagagliaio, concorrendo al piacevole effetto "monolithico".



The final renderings disguise the study conducted around the rear three-quarter view, above: some of the twelve sensors for the ADAS required their contours to be softened, aerodynamic demands dictated that they be sharper. An invisible compromise was found.

I rendering definitivi dissimulano lo studio condotto intorno ai tre quarti posteriore, qui sopra: alcuni dei dodici sensori per gli ADAS richiedevano di ammorbidente i contorni, esigenze aerodinamiche li imponevano più netti. Si è trovato un invisibile compromesso.

front seats, the additional concealed compartment under the infotainment screen, which tilts to free up access, and the oblong sound bar grafted onto the dashboard like an eyelid, are all striking. Solutions in part taken, this time, from the very Mach-E that the exterior refrains from citing. With the addition of a steering wheel with a flattened circumference both below and above (to favour space and visibility respectively) and Sensico vegan leather, composing a rich framework of innovations devoted to rationality. Capable, at least in designer intentions, of bringing electric cars closer to the needs of families: a further homage to the traditional nuances of the Ford spirit. ■■■



CONTINUITÀ MODERNA

Come coniugare la stringente necessità dell'elettrico al desiderio di rassicurare chi non ama i tratti estremi? Il design Ford sembra aver trovato la soluzione con il nuovo Explorer grazie a un muso dichiaratamente privo di calandra cui, però, si accostano linee riprese dalla tradizione di certe fuoristrada statunitensi. Non a caso il nome, inizialmente taciuto dai comunicati stampa, appare appropriato appena svelata la vettura: «Explorer, come un modello simbolico della nostra storia. Una scelta che ha condizionato molto presto lo stile», spiega Liviu Tudoran, designer degli esterni. «Siamo una Casa profondamente americana, riferirsi a un'auto apprezzata Oltreoceano significa proporre un'espressività decisa anche in Europa, benché declinata in piccolo».

Il risultato sorprende: forme molto pulite e regolari, nessun segno della cattiveria che veste di nervature la Mustang Mach-E, niente silhouette da Suv-coupé.



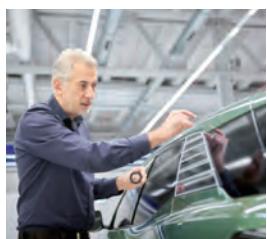
The wheels explore the already complex relationship between energy efficiency, brake cooling and (not least) aesthetic three-dimensionality, in a new way.

I cerchi esplorano all'insegna di una nuova riuscita il già complesso rapporto fra efficienza energetica, raffreddamento dei freni e (non ultimo) tridimensionalità estetica.

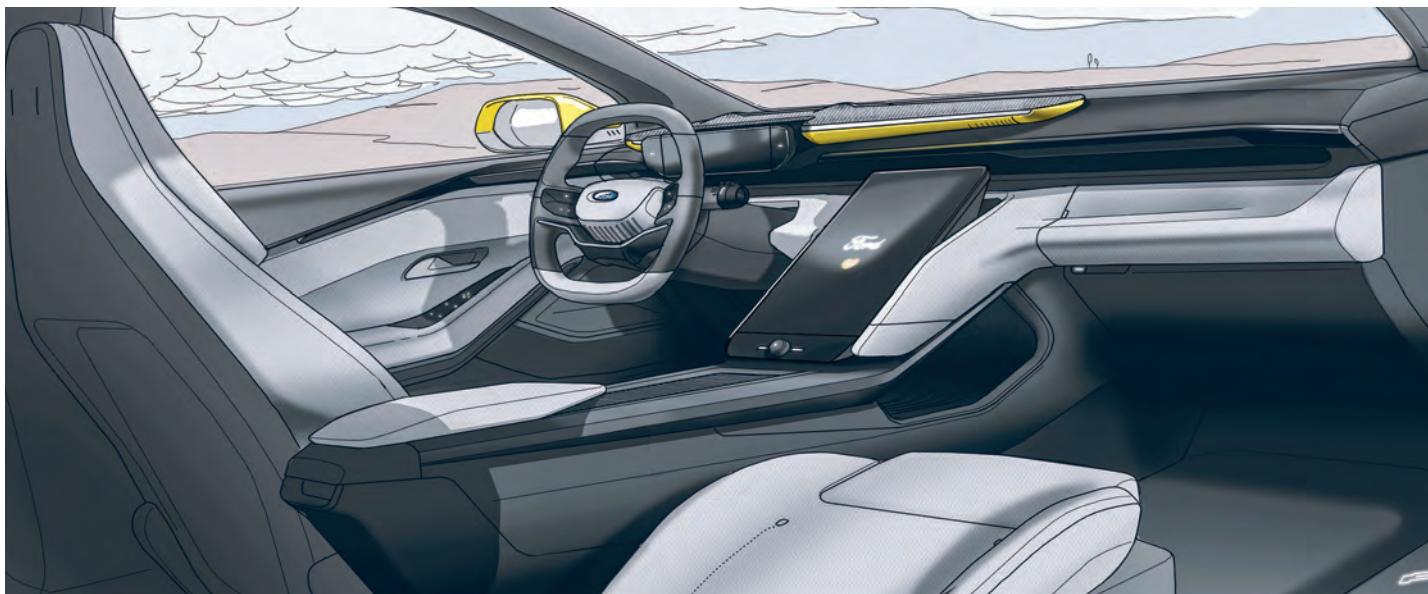


Gli elementi razionali e squadrati, uniti all'indovinato colore di lancio Artic Blue, generano quasi il medesimo effetto di alcuni prototipi dei primi anni Duemila, animati da una purezza tutt'altro che spiacerebbe.

«Per il futuro Ford punta a slegarsi da logiche di family feeling troppo costrittive: ogni modello potrà possedere un proprio carattere. Ecco perché qui abbiamo goduto di una certa libertà e sfruttato al meglio la nuova piattaforma, la prima totalmente elettrica per il mercato europeo», continua Tudoran. A definire tale specifica personalità concorre anzitutto «la nuova calandra chiusa, diventata



From the left: Amko Leenarts, Jordan Demkiw (Exterior Design Manager), Nedzad Mujcinovic (Senior Designer), Murat Gueler (Chief Designer Passenger), Liviu Tudoran (Senior Designer), Marcus Classen (Exterior Component Designer Wheels, Chirstoph Voigt (Exterior Designer Component Light).

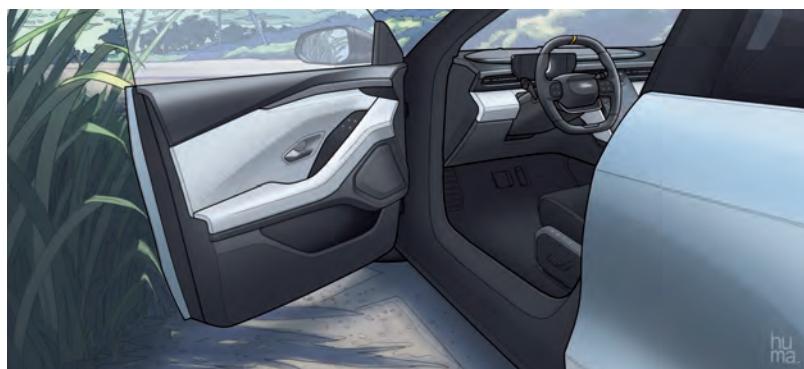
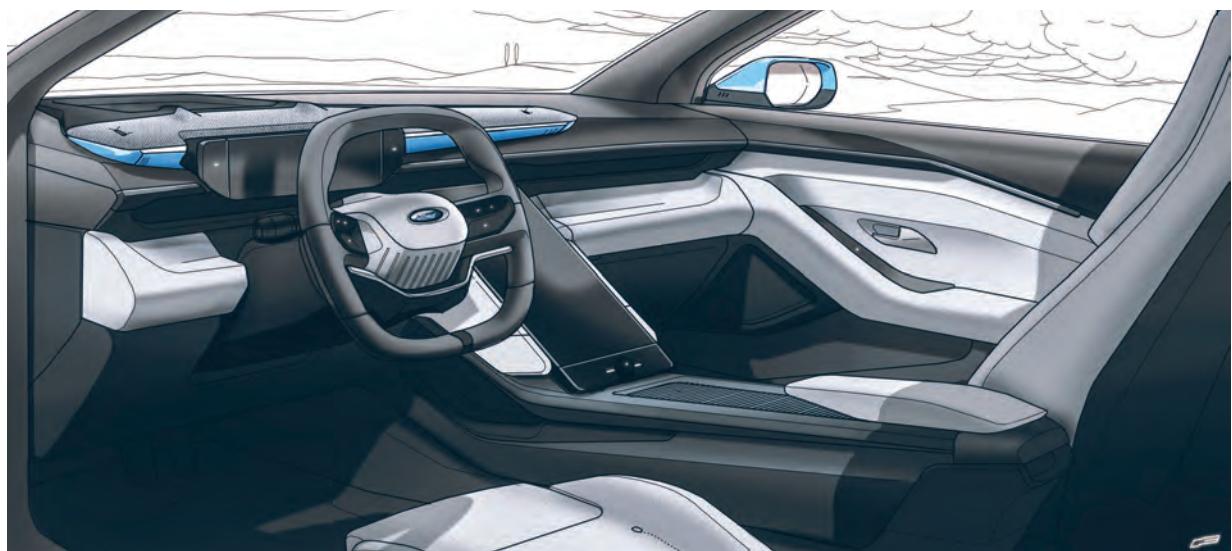


Three-millimetre thick door panels, haptic controls, heated seats (with massage for the driver), ten shades of ambient lighting: the incisive lines of the sketches are matched on this page by a concrete commitment to perceived quality.

Pannelli portiera spessi tre millimetri, comandi tattili, sedili riscaldati (con massaggio per il guidatore), dieci tonalità di luci d'ambiente: alle linee incisive dei bozzetti, in questa pagina, si accosta un impegno concreto nella qualità percepita.

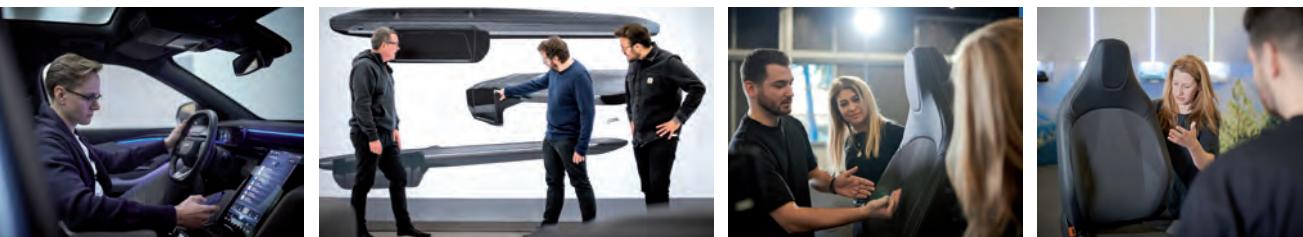
"scudo" e dominata dal logo ristilizzato, ovvero piatto anziché convesso, con un blu scuro e il bianco al posto del cromo». Più in basso, il profilo color alluminio evoca una piastra sottoscocca e, soprattutto, s'innesta agli angoli del paraurti aprendovi due feritoie che riducono le turbolenze nei passaruota. «L'aerodinamica rappresentava un obiettivo fondamentale, ma così abbiamo pure manifestato le nostre radici off-road. Senza esagerare, poiché si puntava in ogni caso a un veicolo stradale». La moderazione si conferma poi nell'assenza di qualunque accessorio dal sapore *"rustico"*, oltre che in un'altezza libera da terra allineata alle berline: forse l'autentica cifra di contemporaneità del progetto, capace di allontanarlo del tutto dalle proporzioni dei Suv di un tempo.

Decisamente interessante il trattamento della terza luce laterale, decorata con un adesivo mai impiegato da Ford e concepito quale sostituzione grafica del montante «con un'elevata trasparenza dall'interno, per non intaccare la visibilità». Il posteriore, dal canto suo, gioca alle simmetrie col frontale attraverso due inserti a tutta larghezza (il già citato profi-



lo inferiore alluminio e la modanatura nera con il nome dell'auto), strutturandosi con forza intorno ai due piccoli fanali che non debordano sul portello. «Tutti gli indicatori ottici sono quanto di più compatto la legge consenta», conclude il designer. In tal modo lo specchio di coda si carica sorprendentemente di identità, perfino più del frontale, riprendendo appieno il sentore dell'Explorer originale.

Con 4,46 metri di lunghezza, le dimensioni si inscrivono però nel segmento C europeo, sostituendo idealmente la popolare Kuga. Per questo la fruibilità quotidiana appare assai curata: accanto ai volumi abitabili tipici delle vetture *"a batteria"*, colpiscono l'enorme portaoggetti attrezzato fra i sedili anteriori, l'ulteriore vano a scomparsa sotto lo schermo dell'infotainment, che si inclina per liberarne l'accesso, e l'oblungo



From the left: Georg Kloock (Digital Product Designer), Jörg Stephan (Interior Design Manager), Robert Engelmann (Senioro Designer), Humayun Yousofzy (Interior Designer), Kosta Pamporis (C&M Designer), Serife Celibi (C&M Design Manager), Sam Scott (C&M Designer).



altoparlante innestato sulla plancia come una palpebra. Soluzioni in parte riprese, stavolta, proprio dalla Mach-E che l'esterno rinuncia a citare. Con l'aggiunta di un volante dalla circonferenza appiattita sia in basso sia in alto (per favorire rispettivamente spazio e visibilità) e della pelle vegana Sensico, si compone un ricco quadro di innovazioni votate alla razionalità. In grado, almeno nelle intenzioni, di rendere le elettriche più prossime alle esigenze delle famiglie: un ulteriore omaggio alle sfumature tradizionali dell'anima Ford. ■■■



On the standard car, the exterior encapsulates surprising functionality, from the 450-1.400-litre boot to the dashboard equipped with the 15-inch Sync Move screen that swivels 30° revealing the My Private Locker glovebox. Between the seats, the reconfigurable Mega Console measures an impressive 17 litres.

Sulla vettura di serie l'esterno incapsula una funzionalità sorprendente, dal baule di 450-1.400 litri alla plancia dotata dello schermo Sync Move da 15 pollici che trasla di 30° svelando il portaoggetti My Private Locker. Fra i sedili, la Mega Console riconfigurabile misura ben 17 litri.





TAKE A RACE CAR TO THE ROAD

Edoardo Nastri



The Maserati GranTurismo is a time machine where past and future meet. Such an important name could only look back to a glorious model that for Maserati is the A6GCS Berlinetta, whose immortal forms were born from the pencil of Pininfarina and presented in 1954 at the Turin Motor Show. "We are talking about one of the most beautiful cars in the world, a masterpiece that inspires our work every day," says Klaus Busse, head of Maserati design, whom we meet in Turin at the Trident's style centre. "Our references are clear, but with the new GranTurismo we decided to exclude a retro design and create completely new shapes to take Maserati into the future. We started from the most typical concept of the GTs of the times gone by: 'Take a race car to the road' and we dressed the performance with a very elegant suit".



So, nothing too excessive except for the most classic expression of Italian design: "Maximum attention to proportions, clean lines, no stylistic frills. Pure elegance to create timeless forms," says Giovanni Ribotta, at

the time of the project head of Maserati exterior design and now called by Alejandro Mesonero to the Alfa Romeo team. For the GranTurismo, the stylistic starting point was a blank slate aimed at giving unprecedented forms to a

historic name in motoring, within which the designers cleverly introduced certain elements that clearly identify the brand. "From the prominent nose reminiscent of Formula 1 Maseratis to the three elements on the side, from



the grille with parallel slats to the Trident positioned on the C-pillar," continues Busse, as he shows us the bonnet, a single piece of aluminium (3.5 square metres of surface area) that covers the 3.0 V6 Neptune engine positioned mid-front (but the GranTurismo also comes in a 100% electric version, the Folgore, with 760 hp).

"The choice of the six-cylinder positioned behind the front axle has given us greater freedom in the proportions, which is why the nose points downwards like that," says Ribotta, highlighting how the harmony of the side was achieved with a modest glass area. A choice that does not compromise rear roominess: the large curved rear window overhangs the heads of the two rear passengers from the inside, eliminating the claustrophobic effect very common in this type of sports car. "A solution that I particularly appreciated as I am almost two metres tall," jokes Busse.

The interplay between interior and exterior guided the design of the interior, under the direction of Andreas Wuppinger: "Looking at the GranTurismo's profile, you notice the line of the mudguard entering the passenger compartment, a little impact trick. For passengers, the first sensation they feel is being enveloped by an environment that is both luxurious - fundamental for a Maserati - but also technological." Gone are all (or almost all) the physical controls: function management happens on two 12.3 and 8.8 inch displays enclosed in a single hexagonal element embedded in the dashboard, while the digital instrumentation



On this page a series of proposals made by the design team for the new GranTurismo. Above, proposal A with horizontally oriented headlights. Left, the key sketch of the car, with vertically oriented headlights and a low, pronounced front nose.

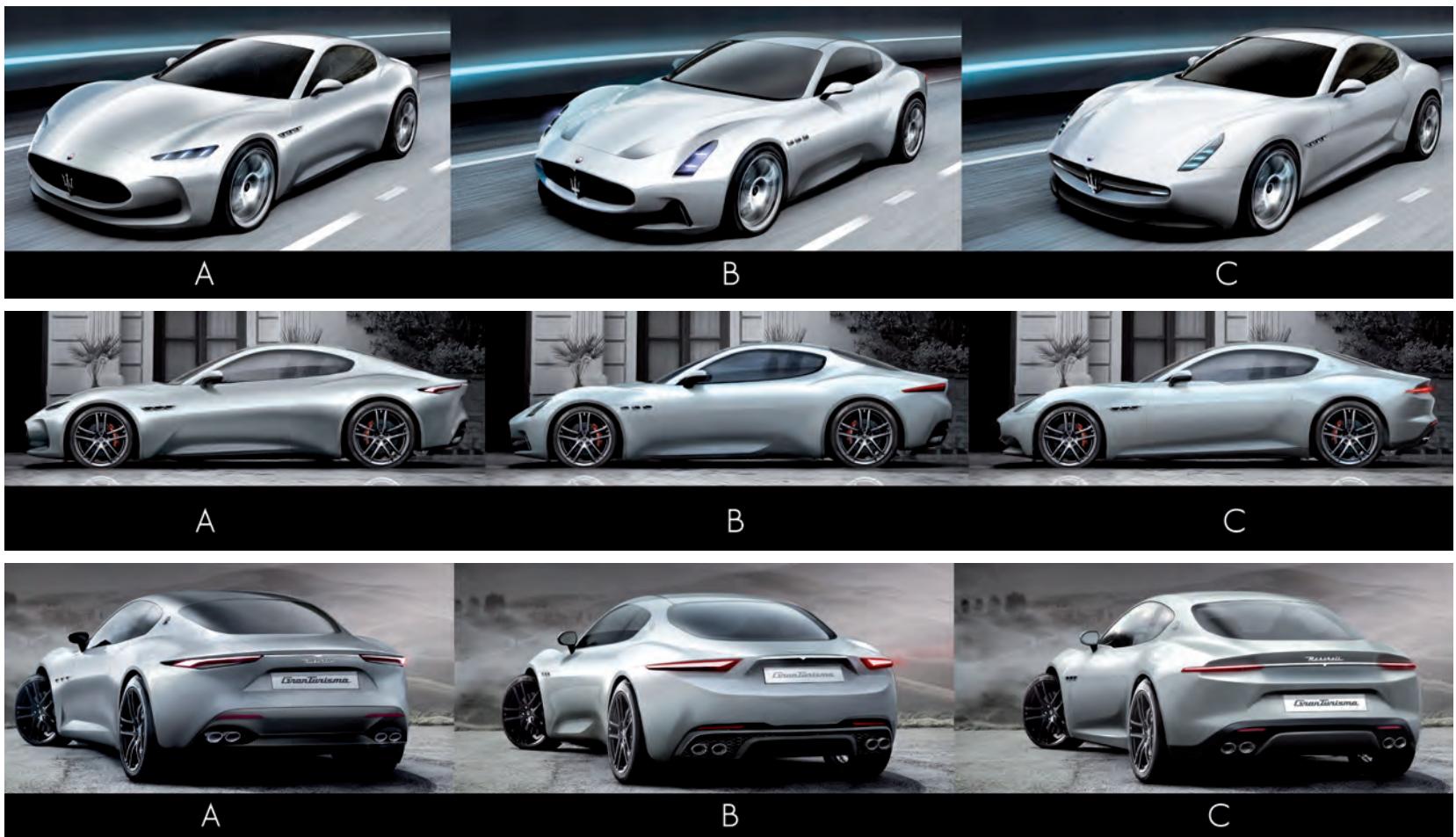
Nella pagina una serie di proposte fatte dal design team per la nuova GranTurismo. In alto, la proposta A con i proiettori ad orientamento orizzontale. A sinistra, il key sketch della vettura, con fari a sviluppo verticale e un frontale basso e pronunciato.

On the right, the key sketch of the tail from which the care for proportions for this model emerges.

Below, two initial hypotheses for the side: on the left the tail follows the course of the roof line, on the right it has an integrated spoiler.

A destra, il key sketch del posteriore da cui emerge la cura delle proporzioni per questo modello. Sotto, due ipotesi iniziali del fianco: a sinistra la coda segue l'andamento della linea del tetto, a destra ha lo spoiler integrato.





Above is the comparative diagram of the proposals by the designers led in this project by Giovanni Ribotta, under the supervision of Klaus Busse, head of Maserati design. On the right and bottom of the page, the discussion of the proposals with Ribotta and the design team.

In alto lo schema comparativo delle proposte dei designer guidati in questo progetto da Giovanni Ribotta, sotto la supervisione di Klaus Busse, capo del design Maserati. A destra e a fondo pagina, la discussione delle proposte con Ribotta e il team di design.



is displayed by a 12.2 inch screen shaped with the steering wheel rim to be visible to drivers of any height.

Colours and materials of the GranTurismo were taken care of by Laura Brunet's team: "The three versions (Modena, Trofeo and Folgore) express three different souls: Italian identity, sportiness and sustainability with a touch of refinement. An example? On the electric Folgore, the dashboard texture was created by using embossing, typical of the big luxury brands for their top models. We are the first to use it on a car." ■■■





The Maserati interior has always been a symbol of elegance. "The design is enveloping and soft. We wanted to integrate digital and traditional elements to create a fantastic place to be in," says Andreas Wuppinger, head of interior design.

Da sempre gli interni Maserati sono simbolo di eleganza. «Il disegno è avvolgente e morbido. Volevamo integrare elementi digitali e della tradizione per creare un fantastico posto in cui stare», dice Andreas Wuppinger, capo del design degli interni.

L'AUTO DA CORSA SU STRADA

La Maserati GranTurismo è una macchina del tempo dove si incontrano passato e futuro. Un nome così importante non poteva che guardare a un modello glorioso che per Maserati si chiama A6GCS Berlinetta, le cui forme immortali nascono dalla matita di Pininfarina e vengono presentate nel 1954 al Salone di Torino.

«Parliamo di una delle auto più belle del mondo, un capolavoro che per noi è fonte di ispirazione quotidiana», racconta Klaus Busse, capo del design Maserati, che incontriamo a Torino presso il centro stile del Tridente. «I nostri riferimenti sono chiari, ma con la nuova GranTurismo abbiamo deciso di escludere il retro design e realizzare forme completamente nuove per portare Maserati nel futuro. Siamo partiti dal concetto più tipico delle GT di un tempo: "Take a race car to the road" (porta la tua auto da corsa su strada, ndr) e abbiamo rivestito le prestazioni con un abito elegantissimo».

Niente di troppo, quindi, ma la più classica espressione del design



Above, some styling proposals for the texture of the seats, comfortable for four people just like a real GT. Below, the colour and material study with Laura Brunet, Colour & Material Chief Designer, Klaus Busse and Enrico Vergnano, Chief Designer of Aunde Italia, where the Folgore recycled nylon fabric was developed.

Sopra, alcune proposte di stile per la trama dei sedili, comodi per quattro persone come una vera GT. Sotto, lo studio di colori e materiali con Laura Brunet, Color & Material Chief Designer, Klaus Busse ed Enrico Vergnano, Chief Designer di Aunde Italia, dove è stato sviluppato il tessuto in nylon riciclato della Folgore.





"The GranTurismo is not just a model in our range, but the very essence of our brand," says Klaus Busse. The model marks a new chapter in the Trident's GT history, which first began 75 years ago with the A6GCS.

«La GranTurismo non è esclusivamente un modello della nostra gamma, ma la vera essenza del nostro brand» dice Klaus Busse. Il modello segna un nuovo capitolo della storia delle GT del Trident, iniziata per la prima volta 75 anni fa con la A6GCS.



italiano: «Massima attenzione alle proporzioni, pulizia delle linee, nessun orpello stilistico. Eleganza pura per realizzare forme senza tempo», dice Giovanni Ribotta, all'epoca del progetto capo del design degli esterni Maserati e oggi chiamato da Alejandro Mesonero nel team Alfa Romeo. Per la GranTurismo la base di partenza stilistica è stata un foglio bianco volto a dare forme inedite a un nome storico dell'automobilismo, all'interno delle quali i designer hanno sapientemente introdotto alcuni elementi che identificano chiaramente il brand. «Dal muso prominente che ricorda le Maserati di Formula 1 ai tre elementi sulla fiancata, dalla calandra a listelli paralleli al Tridente posizionato sul montante C», continua Busse, mentre ci mostra il cofango, un unico pezzo di alluminio (3,5 metri quadri di superficie) che copre il motore 3.0 V6 Nettuno posizionato centrale-anteriore (ma la GranTurismo arriva anche in versione 100% elettrica, la Folgore, da 760 cavalli).

«La scelta dei sei cilindri dietro l'asse anteriore ci ha concesso una maggiore libertà nelle proporzioni, ecco perché il muso punta così verso il basso», racconta Ribotta, sottolineando come l'armonia della fiancata sia stata ottenuta con una superficie vetrata contenuta. Una scelta che non compromette l'abitabilità posteriore: il grande lunotto curvo sovrasta dall'interno la testa dei due passeggeri che siedono dietro, eliminando l'effetto claustrofobico molto comune in questa tipologia di sportive. «Una soluzione che ho particolarmente apprezzato visto che sono alto quasi due metri», scherza Busse.



Il gioco di comunicazione tra abitacolo ed esterni ha guidato il design degli interni, sotto la direzione di Andreas Wuppinger: «Guardando la GranTurismo di profilo si nota la linea del parafango entrare nell'abitacolo, un piccolo trucco d'impatto. Per i passeggeri la prima sensazione è quella di sentirsi avvolti da un ambiente lussuoso, fondamentale per una Maserati, ma anche tecnologico».

Via tutti (o quasi) i controlli fisici, la gestione delle funzioni avviene su due display da 12,3 e 8,8 pollici racchiusi in un unico elemento esagonale annegato nella plancia, mentre la strumentazione digitale viene trasmessa da uno schermo da 12,2 pollici sagomato con la corona del volante per essere visibile dai guidatori di qualsiasi statura.

Colori e materiali della GranTurismo sono stati curati dal

Four displays in the cockpit: one for the instrumentation, two for the infotainment system, climate control and driving mode control, and one at the centre of the dashboard for the digital clock. Below, the four rims of the three versions: Modena, Trofeo and the electric Folgore.

Quattro i display nell'abitacolo: uno per la strumentazione, due per sistema infotainment, climatizzazione e controllo delle modalità di guida e uno al centro della plancia per l'orologio digitale. Sotto, i quattro cerchi delle tre versioni: Modena, Trofeo e l'elettrica Folgore.

team di Laura Brunet: «Le tre versioni (Modena, Trofeo e Folgore) esprimono tre anime diverse: italiano, sportività e la sostenibilità con un tocco di raffinatezza. Un esempio? Sull'elettrica Folgore la texture della plancia è stata realizzata con la tecnica dell'embossing, firma dei grandi marchi del lusso per i propri modelli di punta. Siamo i primi a utilizzarla su un'auto». ■■■



FOLGORE WHEEL



MODENA WHEEL



TROFEO 1 WHEEL



TROFEO 2 WHEEL



DS AUTOMOBILES
Spirit of Avant-Garde

DS 4

COLLECTION
ESPRIT DE VOYAGE



ANCHE PLUG-IN HYBRID

DSautomobiles.it

DS preferisce TOTAL - Gamma DS 4: Ciclo combinato. Emissioni CO₂ su percorso misto: 121-167 g/km; Consumo su percorso misto: 4,6-7,4 l/100km. I dati relativi all'autonomia, al consumo di energia e alle emissioni di CO₂ sono stati calcolati secondo la procedura di test WLTP (R (CE) n. 715/2007, R (UE) n. 2017/1151).

TRAVELLING SHOWCAR



Edoardo Nastri

The Velar has kick-started the Range Rover brand's styling transformation. Minimalism, sophistication, attention to new sustainable materials, focus on aerodynamics and experiments with colour: "The Velar was the first model in the Range Rover range to emphasise themes that have gone mainstream and from which everyone now takes their cue. "For us it is a styling manifesto, for everyone else one of the most beautiful cars on the road: a travelling showcar". Massimo Frascella,

head of design for the Jaguar Land Rover group, has a clear recollection of the release of the first generation in 2017 and tells us about the mid-career restyling of a key model for Range Rover slotting in between the Evoque and Range Rover Sport.

The designers worked on the exteriors with a desire to refine rather than overdo. The common thread? Consistency with the design solutions adopted by the new Range Rover and Range Rover Sport: "The grille is more sophisticated and elegant, as is

the elongated design of the headlights with their Pixel Led technology, while at the rear the powerful overhang lends even more balance, while underlining the strong personality of this car that appears sophisticated in appearance, but off-road remains a true Land Rover", explains exterior designer Alexey Andreev. Also new is the design of the LED lighting where the two-part light signature has been abandoned to embrace the simpler solution, accompanied by a third full-width brake light. Finally, the British

designers have created new wheels in the interests of aerodynamics and three new colours: one blue and two greys.

"It is always a great challenge to put your hand to a model whose forms have been so successful: you have to be careful because just one element out of place can spoil the final result", Frascella continues. While for the exteriors the stylists worked with the finest pencils, the interiors were radically changed. It was an opportunity to improve some slightly critical aspects



Slotting in between the Evoque and Range Rover Sport, the Velar SUV has received a makeover aimed at making it even more refined and technological. "It is an impeccable example of our modernist design philosophy", says Gerry McGovern, Chief Creative Officer of Jaguar Land Rover.

Posizionato tra l'Evoque e la Range Rover Sport, il Suv Velar conosce un aggiornamento estetico mirato a renderlo ancora più raffinato e tecnologico. «È un esempio impeccabile della nostra filosofia di design modernista», dice Gerry McGovern, Chief Creative Officer di Jaguar Land Rover.

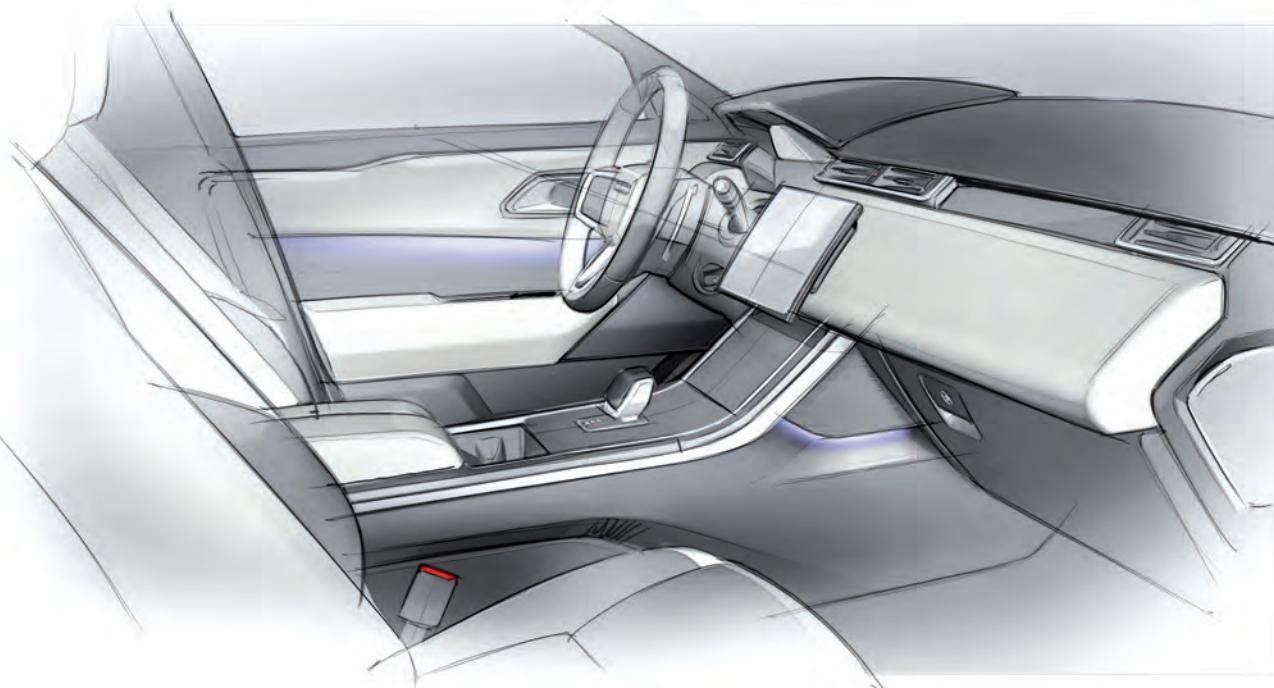


The team led by Massimo Frascella (pictured left next to the Range Rover), head of design at Jaguar Land Rover, has redesigned front grille, Led headlamps and lights, improving the vehicle's road presence.

Il team guidato da Massimo Frascella (nella foto a sinistra vicino alla Range Rover), capo del design di Jaguar Land Rover, ha ridisegnato la griglia frontale e le luci a Led di proiettori e fanaleria. Il posteriore ha così migliorato la sua presenza su strada.

such as certain reflections on the glass and to create a totally new ambience that instils calm and serenity in the passengers. The elimination of all physical buttons in favour of one large, curved, central, floating 11.4-inch display has generated tidiness and cleanliness: "The screen is now higher up and this means less chance of distraction for the driver", says interior designer Paul Hanstock. Materials have always been one of the hallmarks of the Velar, which continues to offer an alternative to leather: the Danish Kvadrat wool fabric with polyurethane fabric inserts weighs 58 per cent less, has a modern look and better tactility. Unthinkable for a Range Rover, at least until recently: "Until you try it. It is the new face of luxury". ■■■





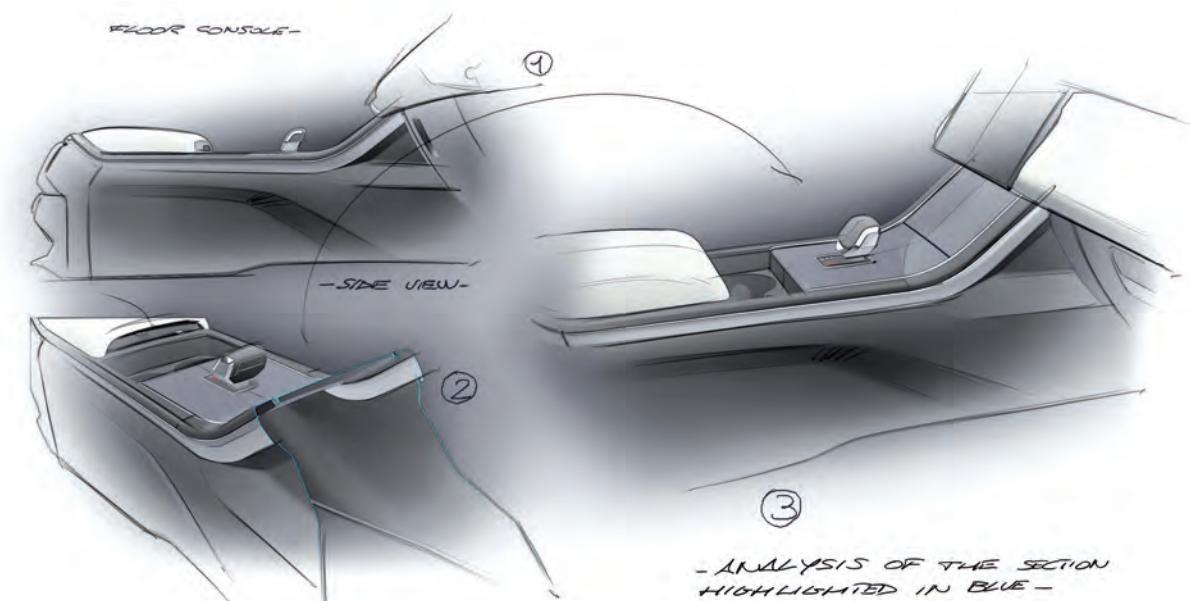
The interior has been subjected to major stylistic modifications with the console area being cleaned up and all functions being delegated to the latest incarnation of the Pivi Pro Range Rover7 infotainment system. Everything is controlled from the curved, floating 11.4-inch display that dominates the dashboard.

Un lavoro di maggiore cambiamento stilistico si è concentrato sugli interni dove la parte della consolle è stata pulita e tutte le funzioni sono state demandate all'ultima evoluzione dell'infotainment Pivi Pro Range Rover7. Tutto si controlla dal display curvo e flottante da 11,4 pollici che domina la plancia.

SHOWCAR VIAGGIANTE

La Velar ha dato il via alla trasformazione stilistica del marchio Range Rover. Minimalismo, sofisticatezza, attenzione ai nuovi materiali sostenibili, cura per l'aerodinamica, sperimentazione cromatica: «Velar è stato il primo modello della gamma Range Rover a porre l'accento su tematiche oggi diventate mainstream e da cui tutti hanno preso spunto. Per noi è un manifesto stilistico, per tutti una delle auto più belle in circolazione: una showcar viaggiante». Massimo Frascella, capo del design del gruppo Jaguar Land Rover, ricorda bene l'uscita della prima generazione nel 2017 e ci racconta il restyling di metà carriera di un modello centrale per Range Rover che si posiziona tra l'Evoque e la Range Rover Sport.

Sugli esterni i designer hanno lavorato con la volontà di affinare e non stravolgere. Il filo conduttore? La coerenza con le soluzioni di design adottate dalle nuove Range Rover e Range Rover Sport: «La griglia è più sofisticata ed elegante, così come il disegno allungato dei proiettori con tecnologia Pixel Led, mentre al posteriore il potente sbalzo dona ancora più equilibrio, sottolineando al tempo stesso la forte personalità di questa vettura che appare sofisticata nell'aspetto, ma in fuoristrada resta una vera Land Rover», spiega l'exterior designer Alexey Andreev. Nuovo anche il disegno della fanaleria a Led che abbandona la firma luminosa divisa in due elementi



The designers came up with a new steering wheel and on the basis of customer recommendations worked on improving the materials. Thanks to these interventions, windscreen reflections have been completely eliminated.

I designer hanno disegnato un nuovo volante e lavorato al miglioramento dei materiali per apportare alcuni cambiamenti su segnalazione dei loro clienti. Grazie a questi interventi ora il parabrezza esclude qualsiasi tipo di riflesso.

per abbracciare la soluzione più semplice, accompagnata dalla terza luce di stop a tutta larghezza. Infine, i designer inglesi hanno realizzato nuovi cerchi a favore di aerodinamica e tre colorazioni inedite: un blu e due grigi.

«È sempre una grande sfida mettere mano a un modello dalle forme così riuscite: bisogna stare attenti perché un elemento fuori posto può guastare il risultato finale», continua Frascella. Se per gli esterni gli stilisti hanno lavorato con le matite dalle punte più fini, gli interni sono radicalmente cambiati. È stata un'occasione per migliorare alcuni aspetti un po' più critici come alcuni riflessi sul vetro e creare un ambiente totalmente nuovo che infonde calma e serenità ai passeggeri. L'eliminazione di tutti i pulsanti fisici a favore di un unico grande display curvo, centrale e flottante da 11,4 pollici, ha generato ordine e pulizia: «Lo



schermo ora è più in alto e questo comporta una minore possibilità di distrazione da parte del guidatore», dice Paul Hanstock, interior

designer. I materiali sono da sempre uno dei cavalli di battaglia della Velar che continua a offrire un'alternativa alla pelle: il tessuto

danese in lana Kvadrat con inserti in tessuto di poliuretano pesa il 58% in meno, ha un aspetto moderno e una migliore tattilità.

Pioniera nei materiali sostenibili, la Velar continua a offrire un'alternativa alla pelle. Tale opzione combina il tessuto danese in lana Kvadrat (58% più leggero della pelle) con inserti Ultrafabrics in tessuto di poliuretano, traforati a schema Diamond Herringbone.



Impensabile per una Range Rover, almeno fino a poco tempo fa: «Finché non lo provi. È il nuovo volto del lusso». ■■■



WIND BLADE



It is always something of a challenge to achieve convergence between a concept car and the production model, but when it does happen, the validity of the project is confirmed right from the start. This is what happened to SAIC with the Rising Auto F7, a sleek, high-end saloon, previewed in 2019 by the Aura concept car at the Guangzhou Motor Show. Apart from creating a design that was sensual and attractive, the aim of the project was to achieve the best possible aerodynamics for the segment. A fundamental principle in automotive design that becomes crucial when we speak, as in the case of the F7, of a 100% electric model where every tiny improvement in Cx means a significant gain in range.

The design team led by Shao Jingfeng, Design President of SAIC Innovation Research and Development, has therefore worked extensively on forms, achieving a drag coefficient that is excellent for the category: 0.206. Credit for this is also due to the long 'Momentum Line', that defines the side of the car starting from the front and run-



ning all the way to the rear, adding dynamism and elegance to its function. Other small tricks contribute to reducing drag, such as the handles flush with the bodywork, the solid patterned wheels and a front end that points strongly downwards, adopting a solution that the SAIC style centre calls a 'wind blade'.

All lighting elements have been meticulously crafted. The daytime running light design is harmonious and simple, while the full-width headlamps, derived directly from the Aura concept car, visually enhance the proportions of the rear and hence the F7's road presence. There are many safety devices hidden here

Elegant and well-proportioned: these are the two key styling features of the F7, a curvaceous saloon from the Rising Auto brand of the Chinese SAIC Group. The car is the successor to the Aura concept car, presented at the Guangzhou Motor Show in 2019.

Elegante e ben proporzionata: queste le due caratteristiche stilistiche fondamentali della F7, sinuosa berlina del marchio Rising Auto appartenente al gruppo cinese SAIC. La vettura è l'erede della concept car Aura, presentata al Salone di Guangzhou nel 2019.

and there in the bodywork, including 32 detection sensors, three radars and a camera.

The attention to detail evident in the F7's exterior is reflected in the interior, which is super spacious. The saloon's 3-metre wheelbase (compared with 5 metres in length, 1.9 metres in width and 1.4 metres in height)



transforms the rear into a living room, while the design of the interior as a whole is defined by simple lines to help driver and passengers relax. Skin-friendly materials give the entire cabin a luxuriously comfortable feel. The presence of technology also makes itself felt: the dashboard is equipped with three screens totalling 43 inches (like a TV set), while passengers in the second row can count on another 8-inch screen. Between design and technology those in search of performance have nothing to worry about. The F7 has a range of 666 kilometres guaranteed by a battery pack powered by two electric motors that in the four-wheel drive version reach an impressive 400 kilowatts of power (543 horsepower). ■■■



The design team led by Shao Jingfeng, Design President of SAIC Innovation Research and Development - at the centre of photo, with Martin Kropp, Roewe Brand Design Director of SAIC Design Centre (left) and Shao Changshan, Roewe Brand Design Director of SAIC Design Centre - wanted an aerodynamic design, which is crucial especially when, as in the case of the F7, the car is 100% electric.

Il team di design guidato da Shao Jingfeng, President di SAIC Innovation Research and Development - al centro della foto insieme a Martin Kropp (a sinistra), Brand Design Director di SAIC Design Centre e Shao Changshan (a destra), Roewe Brand Design Director di SAIC Design Centre - ha ricercato un design che fosse a favore di aerodinamica, fondamentale soprattutto quando, come nel caso della F7, si realizza una vettura 100% elettrica.

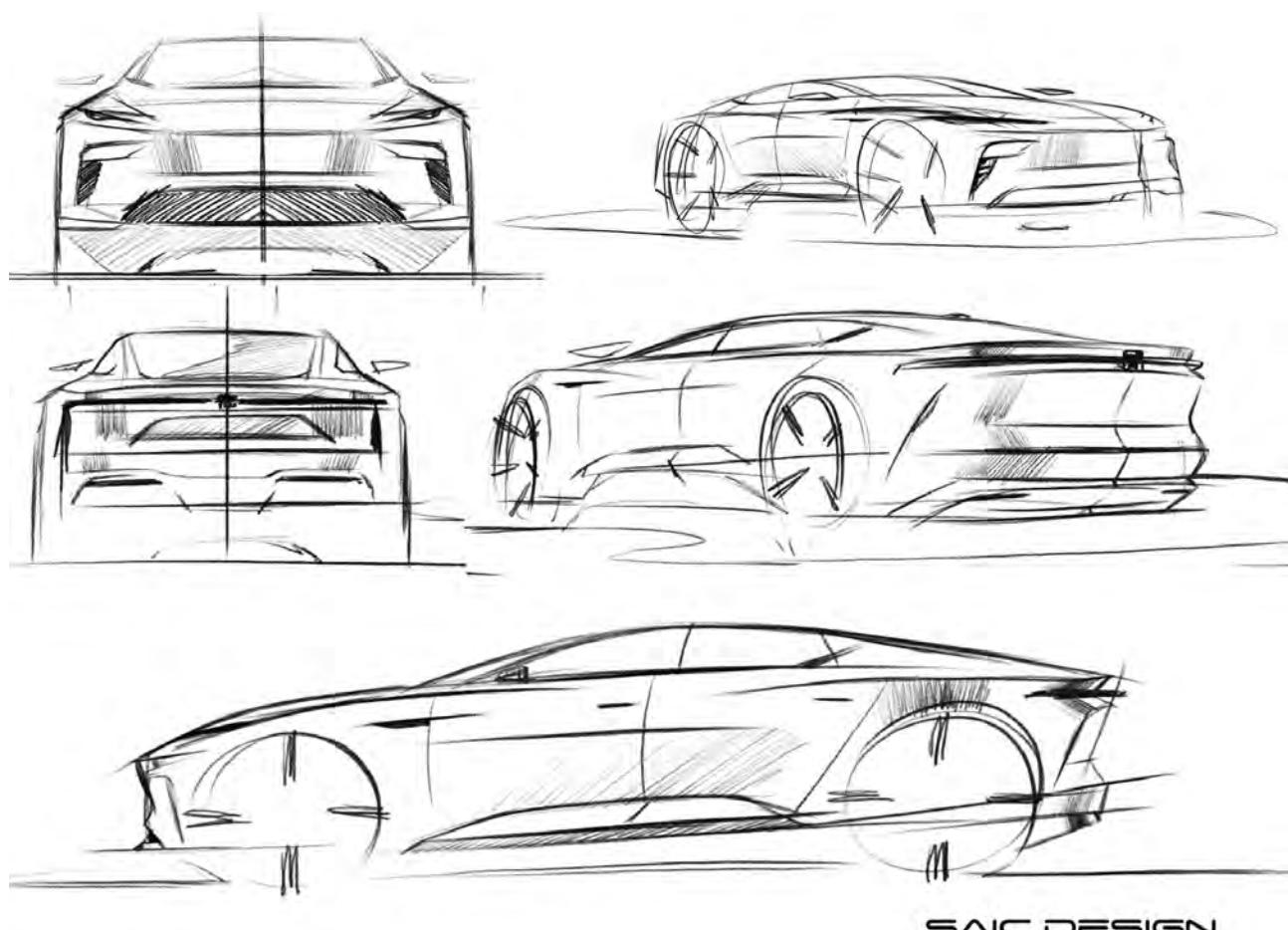


LAMA DI VENTO

Esiste sempre più difficile ottenere una vicinanza tra concept car e modello di serie, ma quando ciò avviene ecco che si ha conferma della bontà del progetto fin dai primi attimi di studio. È quanto accaduto a SAIC con la Rising Auto F7, berlina di alta gamma dalle forme affusolate, anticipata nel 2019 dalla concept car Aura, presentata al Salone di Guangzhou. L'obiettivo del progetto, oltre alla definizione di un design che fosse sensuale e attraente, era quello di realizzare la migliore aerodinamica possibile per il segmento. Un principio fon-

The sketches on the right show how just a few lines characterise the F7. The designers called the line defining the upper part of the side from front to rear, the 'Momentum Line'. At the bottom of the page, the team during the evaluation and modelling stages.

Gli schizzi a destra dimostrano come la F7 sia disegnata da poche linee. I designer hanno chiamato "Momentum Line" quella che definisce la parte alta della fiancata, dall'anteriore fino al posteriore. A fondo pagina, il team durante alcune fasi valutative e di modellazione.



damentale nella progettazione automobilistica che diventa cruciale se si parla, come nel caso della F7, di un modello 100% elettrico: ogni punto in meno di Cx è un pezzo di strada guadagnato.

Il team di design guidato da Shao Jingfeng, Design President of SAIC Innovation Research and Development, ha quindi lavorato a lungo sulle forme raggiungendo un coefficiente di resistenza all'aria ottimo per la categoria: 0,206. Il merito è anche della "Momentum Line", una lunga linea che definisce la fiancata partendo dall'anteriore e arrivando fino al posteriore, aggiungendo alla funzione anche dinamismo ed eleganza. Alla riduzione della resistenza contribuiscono altri piccoli trucchi come le maniglie a filo della carrozzeria, i cerchi dal disegno pieno e un anteriore che punta fortemente verso il basso adottando una soluzione che il centro stile SAIC ha definito a "lama di vento".





The interior was made of quality materials and the light colours aim to relax the passengers. On the dashboard, three screens for a total of 43 inches. At the bottom of the page, the SAIC design team that worked on the F7.

Gli interni sono stati realizzati con materiali di qualità e l'uso di colori chiari ha voluto offrire una sensazione di relax ai passeggeri. Sulla plancia, tre schermi per un totale di 43 pollici. A fondo pagina, il team di design SAIC che ha lavorato alla F7.

Tutti gli elementi luminosi sono stati curati con particolare attenzione. Il disegno della luce diurna dei proiettori è armonioso e semplice, mentre la fanaleria a tutta larghezza, derivata direttamente dalla concept car Aura, accresce visivamente le proporzioni del posteriore e, di conseguenza, la presenza su strada della F7. Tanti i dispositivi di sicurezza nascosti qua e là nella carrozzeria, tra cui 32 sensori di rilevamento, tre radar e una fotocamera.

La cura degli esterni della F7 si ritrova negli interni, concepiti come un grande spazio abitabile. I 3 metri di passo della berlina (a fronte di 5 metri di lunghezza, 1,9 di larghezza e 1,4 di altezza) trasformano la parte posteriore in un salotto, mentre il design di tutto l'abitacolo è definito da linee semplici per rilassare guidatore e passeggeri. I materiali "skin-friendly" conferiscono all'intera cabina un'atmosfera lussuosa e confortevole. La presenza della

tecnologia si fa sentire: la plancia è dotata di tre schermi per un totale di 43 pollici (come una televisione), mentre i passeggeri della seconda fila possono contare su un altro schermo da 8 pollici. Tra design e tecnologia nessuna paura per chi è alla ricerca delle prestazioni. La F7 ha un'autonomia di 666 chilometri garantita da un pacco batterie alimentato da due motori elettrici che nella versione a quattro ruote motrici arrivano a ben 400 chilowatt di potenza (543 cavalli). ■■■



SAIC DESIGN

MOBILITY AS A SYMBIOTIC SYSTEM



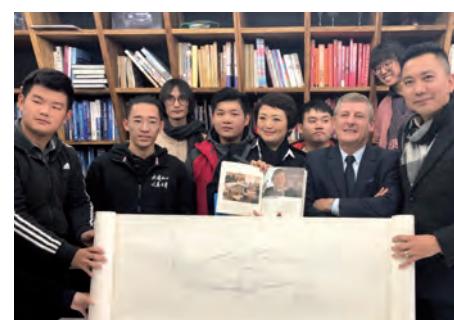
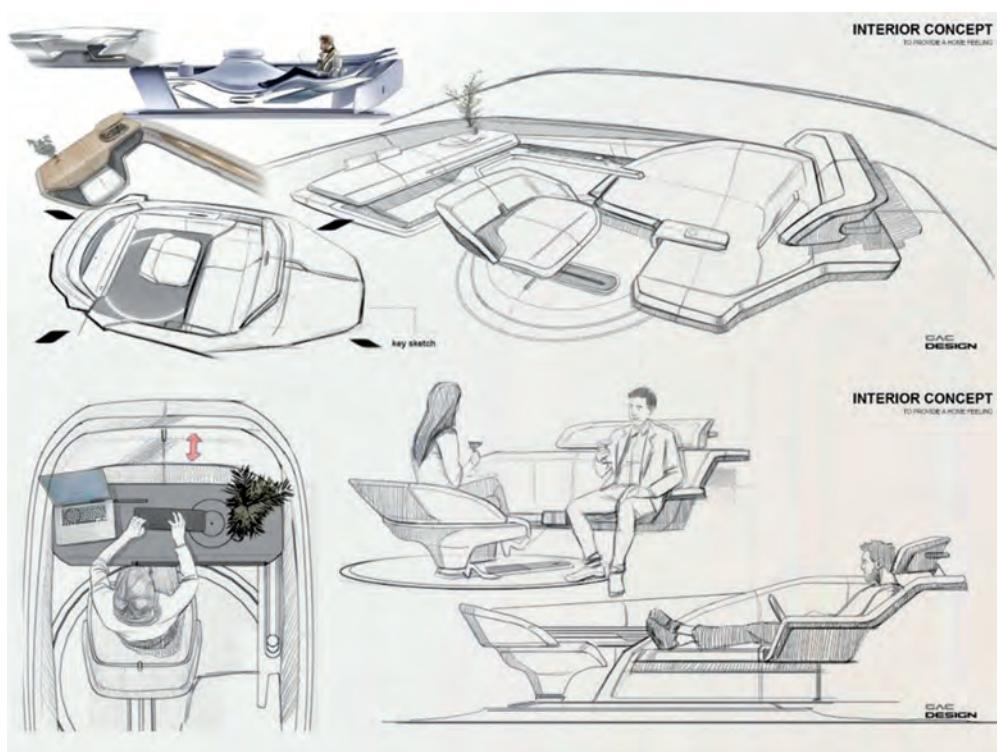
GAC Design & Research Institute and CAFA have started cooperation for the project "2027 Future/Shared/Autonomous Industry-Academia Research Project", a study that hypothesises, in the near future, the massive diffusion of self-driving vehicles for shared use and prefigures hypothetical scenarios of use in different urban environments and road conditions. In the pictures: the project GAC 2023 U-Journey Concept – Urban Business Travelling Experience Design by Lv Minghao.

Marta Cinti

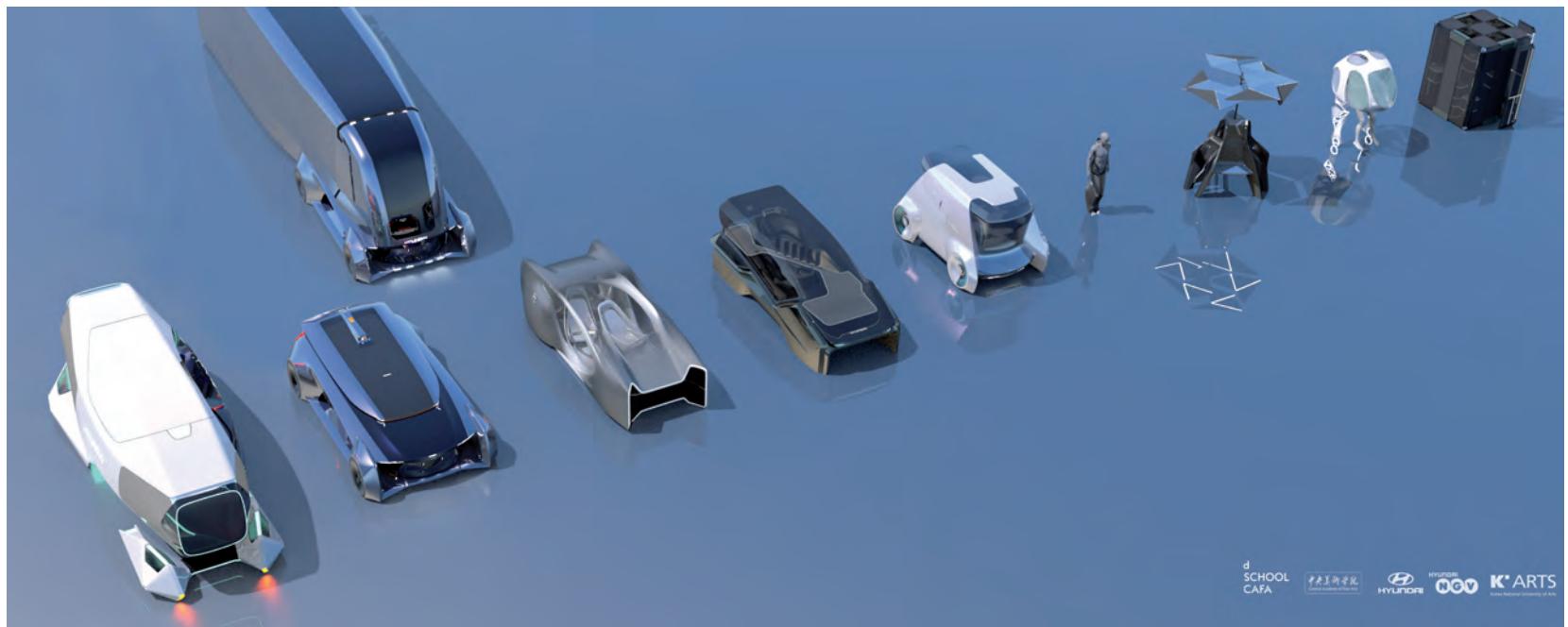
The concept of mobility as a system is taking on ever higher value in multiple fields, from urban area planning to the challenge of sustainability, the everyday management of user needs and the compromise between public and private transport. In such a global scenario, the Central Academy of Fine Arts (CAFA) in China is proposing a new training model. This takes a logical-analytical approach to design innovative solutions for meeting the needs of this new scenario by exploiting the possibilities offered by the latest robotics and artificial intelligence technologies.

CAFA's Department of "Mobility Innovation" is an evolution of the Department of Transportation Design, which was established within the university in 2006. The training model has been subject to constant updating, from "automotive design" to "trans-

Il GAC Design & Research Institute e la China Academy of Fine Arts hanno avviato una collaborazione per il progetto "2027 Future/Shared/Autonomous Industry-Academia Research Project", uno studio che ipotizza, nel prossimo futuro, la diffusione massiva di veicoli a guida autonoma ad uso condiviso e prefigura ipotetici scenari di utilizzo in diversi ambienti urbani e condizioni stradali. Nelle foto: il progetto GAC 2023 U-Journey Concept – Urban Business Travelling Experience Design di Lv Minghao.



From the first picture: Achim Badstuebner, head of exterior design and Gary Telaak, exterior designer for Audi AG giving tutorials at CAFA for the Audi cooperation project "Audi Connect", 2011. Olivier Boulay, former Vice President of the Mercedes-Benz Advanced Design Center of China giving lectures about his design stories in CAFA, 2018. Fan Zhang, VP and head of design, GAC R&D, awarding students in the "Future/Shared/Autonomous 2027 GAC Mobility Icon" Cooperation Project, 2019.



SCHOOL
CAFA 中央美术学院
d HYUNDAI HYUNDAI NOV K ARTS Korea National University of Arts

port design" and then "mobility innovation design". Particularly in recent years, it has adapted to the need to shift the focus from the vehicle to an intelligent mobility system, the context being the rapid rise of emerging technologies in which the relationship between human and artificial intelligence is undergoing a dramatic breakup, as are design methods themselves.

The aim of the course is to encourage students to develop research projects that look at the intelligent mobility of the future by overcoming the constraints of traditional design thinking. This is done by comprehensively analysing possible changes in urban forms, road traffic systems, public spaces, social dynamics, consumption patterns and logistics systems, in order to form a kind of symbiotic system.

To achieve this goal, CAFA's Mobility Innovation department has struck up partnerships with more than forty car brands around the world and established cooperation agreements between industry, academia and research.

From year 2018 to 2021, CAFA Mobility Innovation, Hyundai Motor and Korea National University of the Arts have joined hands to conduct four phases of the "China-Korean Joint Research/Diversified Clean Energy Autonomous Mobility Design Research for China's Future Cities" project on the China-Korean research platform. Above, some proposals developed within the project. Below, Vertibot - 3D City Building and Maintenance Assistant System by Su Haozuo.

Dal 2018 al 2021, CAFA Mobility Innovation, Hyundai Motor e la Korea National University of the Arts hanno collaborato per portare avanti quattro fasi del progetto "China-Korean Joint Research/Diversified Clean Energy Autonomous Mobility Design Research for China's Future Cities" sulla piattaforma di ricerca sino-coreana. In alto, alcune proposte sviluppate nell'ambito del progetto. Sotto, Vertibot - 3D City Building and Maintenance Assistant System by Su Haozuo.

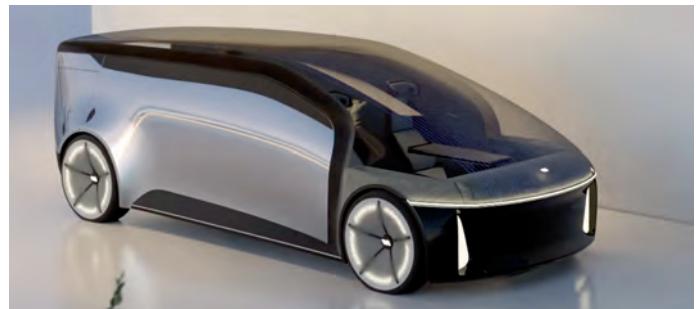


From the left: Shao Jingfeng, VP and global design director of SAIC, during a review on the students' work, 2018. SangYup Lee, Executive Vice President and Head of Hyundai and Genesis Global Design Center, awarding students in the "China-Korean Joint Research/Diversified Clean Energy Autonomous Mobility Design Research for China's Future Cities" Cooperation Project, 2019.

Among the brands involved: Audi, FAW, Volkswagen, Nissan, Hyundai, SAIC, GAC and BAIC. With BMW, it has created the Concept Next Lab, while together with Li Auto and Didi, the university has set up the Intelligent Mobility Innovation Lab, which proposes an innovative research model with 'mobility' as its origin and 'practice-based innovation' as its aim. Furthermore, thanks to partnerships with more than ten universities and institutions around the world, international exchange programmes between professors and students are in place to share resources and information. These pages contain a selection of projects developed by students from the 'Mobility Innovation' department of the China Central Academy of Fine Arts. ■■■

LA MOBILITÀ COME SISTEMA SIMBIOTICO

In un panorama globale in cui il concetto di mobilità intesa come sistema acquisisce sempre maggior valore in molteplici ambiti, dalla progettazione delle aree urbane alla sfida della sostenibilità, dalla gestione quotidiana dei bisogni degli utenti al compromesso tra trasporto pubblico e privato, la China Central Academy of Fine Arts (CAFA) propone un nuovo modello di formazione che, con un approccio logico-analitico alla tematica, punta alla progettazione di soluzioni innovative che soddisfino le necessità di questo nuovo sce-



nario sfruttando le possibilità offerte dalle tecnologie di ultima generazione, come la robotica e l'intelligenza artificiale.

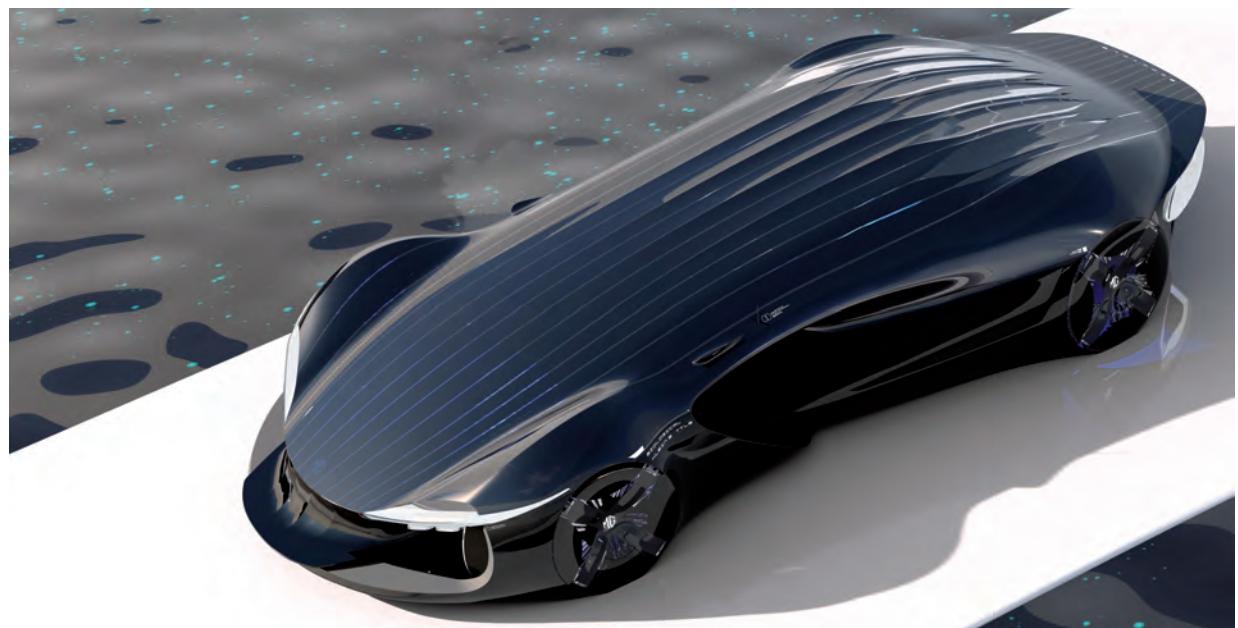
Il Dipartimento di "Mobility Innovation" della CAFA è un'evoluzione di quello di Transportation Design, nato all'interno dell'università nel 2006. Dal "design automobilistico" al "design dei trasporti" e poi al "design dell'innovazione della mobilità", l'aggiornamento del modello formativo è stato continuo e, in particolare negli ultimi anni, si è adeguato alla necessità di spostare l'attenzione dal veicolo ad un sistema di mobilità intelligente, in un contesto di rapida ascesa delle tecnologie emergenti in cui il rapporto tra l'intelligenza umana e quella artificiale sta subendo un dirompente cambiamento, così come gli stessi metodi di progettazione.

Lo scopo del corso è portare gli studenti a sviluppare progetti di ricerca che guardino alla mobilità intelligente del futuro rompendo i vincoli del pensiero progettuale tradizionale, analizzando in modo completo i possibili cambiamenti nelle forme urbane, nei sistemi di traffico stradale, negli spazi pubblici, nelle dinamiche sociali, nei modelli di consumo e nei sistemi logistici, per plasmare una sorta di sistema simbiotico.

Per raggiungere questo obiettivo, il dipartimento di Mobility Innovation della CAFA ha istituito collaborazioni con oltre quaranta marchi automobilistici in tutto il mondo e stretti accordi di cooperazione tra industria, università e ricerca. Tra i marchi coinvolti: Audi, FAW, Volkswagen, Nissan, Hyundai, SAIC, GAC, BAIC. Con BMW è stato creato il Concept

In 2022, CAFA Mobility Innovation Design and Li Auto join hands to carry out the "Intelligent Transportation and Mobility Research based on the Autonomous Future" project on the joint platform of top art institution and car industry OEM. In the pictures: Li Auto M01 – Autonomous Home&Ecosystem Design by Chen Yitong.

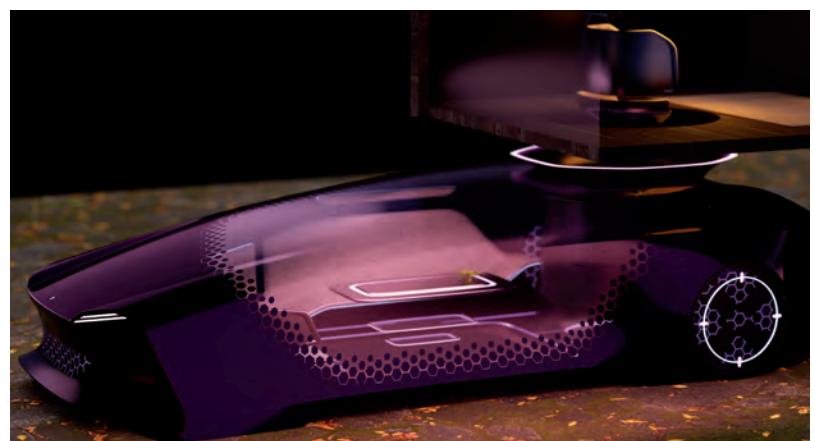
Nel 2022, CAFA Mobility Innovation Design e Li Auto hanno collaborato a "Intelligent Transportation and Mobility Research based on Autonomous Future", un progetto di sviluppo sulla piattaforma congiunta di importanti istituzioni artistiche e OEM dell'industria automobilistica. Nelle foto: Li Auto M01 – Autonomous Home&Ecosystem Design di Chen Yitong.



Above, "Microbial Loop Space – Space Mobility Inspired by the Klein Bottle" by Zheng Jianhui. Right, "Roewe Cell Home – Modular Space Conversion& Travelling Experience Innovation" by Gao Ziyu. Two projects developed as part of the collaboration between CAFA and SAIC in 2021 for the development of new forms of mobility increasingly oriented towards user needs.

Sopra, "Microbial Loop Space – Mobilità spaziale ispirata alla bottiglia di Klein" di Zheng Jianhui. A destra, "Roewe Cell Home – Conversione dello spazio modulare e innovazione dell'esperienza di viaggio" di Gao Ziyu. Due progetti sviluppati nell'ambito della collaborazione tra CAFA e SAIC nel 2021 per lo sviluppo di nuove forme di mobilità sempre più orientate alle necessità degli utenti.

Next Lab, mentre insieme a Li Auto e Didi l'università ha istituito l'Intelligent Mobility Innovation Lab che propone un modello di ricerca innovativo che pone la "mobilità" come origine e "l'innovazione



basata sulla pratica" come scopo. Inoltre, grazie alle partnership con oltre dieci università e istituzioni in tutto il mondo, sono attivi programmi di scambio internazionali tra docenti e studenti per la condi-

zione di risorse e informazioni. In queste pagine, una selezione di progetti realizzati dagli studenti del dipartimento di "Mobility Innovation" della China Central Academy of Fine Arts. ■■■

SPECIAL OFFER

Annual digital subscription - 6 issues

Visit the web site

€ 23.99

OFFERTA SPECIALE

Abbonamento annuale digitale - 6 numeri

Visita il sito internet

€ 23,99

LATEST ISSUE

Buy the digital issue
on line

€ 4.99

ULTIMO NUMERO

Compra on line
la copia digitale

€ 4,99

PRINT SUBSCRIPTION/ABBONAMENTO CARTACEO

ITALY	€ 55.00	(delivery included/spedizione inclusa)	Add a digital subscription for just Euro 7,99 extra.
EUROPE	€ 89.00	+ € 18.00 (delivery/spedizione)	Visit the web site
AFRICA, MEDIT. BASIN	€ 89.00	+ € 23.00 (delivery/spedizione)	Con € 7,99 in più aggiungi anche l'abbonamento digitale.
AMERICA, ASIA	€ 150.00	+ € 42.00 (delivery/spedizione)	Visita il sito internet
OCEANIA	€ 150.00	+ € 60.00 (delivery/spedizione)	

How to pay: Bank transfer to: Intesa SanPaolo Spa
IBAN: IT72B0306930410100000010106
BIC BCITITMMF47

Credit card

Modalità di pagamento: Bonifico bancario
IBAN: IT72B0306930410100000010106
Carta di credito

Distributors/Distributori

Australia

Eight Point Distribution Pty Ltd
Belrose NSW 2085

Belgium

A.M.P. S.A. Lenniksebaan 451 Route de Lennik
1070 Bruxelles

Canada

Disticor Magazine Distributions
Oshawa Ontario L1J 7E2

China

Foreign Press Distributors Ltd.
Ground Floor, 328 KwunTong Road Kowloon Bay
Hong Kong

Cyprus

Kronos Press Distribution AG PLC
Nissou Ind. area - Limassol Ave 345A 2571
Nissou, Nicosia

Denmark

A/S Bladkompagniet - Islevdalvej 205
DK 2610 Rodovre

France

New CCEI SAS / France Messagerie
87-89 Quai Panhard Levassor, 75634 PARIS cedex 13

Germany

IPS PRESSEVERTRIEB GMBH
Carl Zeiss Strasse 5 53340 Meckenheim

Great Britain

QUICKMARSH LTD
1st FLOOR @ The Old Sorting Office / 21-45 Station
Road - London SW13 OLF

Greece

QUICKMARSH LTD
1st FLOOR @ The Old Sorting Office / 21-45 Station
Road - London SW13 OLF

Holland

Bruil en van de Staay
Postbox 75 7940 AB Meppel

Hong Kong

Foreign Press Distributors Ltd.
Ground Floor, 328
KwunTong Road Kowloon Bay - Hong Kong

India

SBD Subscription Services
51/1, New Market, Near Liberty Cinema,
Karolbagh - New Delhi 110005

Japan

Tools INT'L Corp.- <http://www.toolsintl.jp/>
Books Kinokuniya Tokyo B1 5-24-2 Sendagaya
Shibuya-ku, Tokyo 151-0051

NIPPAN IPS CO., LTD
1-3-4 Yushima, Bunkyo-Ku, Tokyo, 113-0034

Lebanon

Messageries du Moyen-Orient - B. P. 11-6400 Beyrouth

Malta

Miller Distributors Ltd.
Miller House Triq. I Esportaturi Zone 2 –
Mrieħel Birkirkara CBD 2040

Monaco

Presse Diffusion S.A.
4/6 Avenue Albert II - Zone F Bloc C - 9800 Monaco

Norway

TIDSAM AB
P.O. Box 48 - SE 129 21 Hagersten

Poland

EuropressPolska SP.Z.O.O
Ul. Lopuszanska 36 - 02-220 Warszawa

Portugal

INP - International News Portugal Lda
Rua Joaquim Bonifacio, n°21, 5º - 1150 - 195 LISBOA

Singapore

ALLSCRIPT ESTABLISHMENT (SINGAPORE) PTE
4 Kakit Bukit Avenue 1 Unit # 02-01

Spain

S.G.E.L.

Avda de Valdelaparra, 29 Pol. Industrial de Alcobendas
- 28108 Alcobendas (Madrid)

South Korea

World Magazines Co. Ltd. YujinBldg. 101
13-7 Nonhyun-Dong, Kangnam-Gu T35-010 Seoul

Sweden

TIDSAM AB - P.O. Box 48 - SE 129 21 Hagersten

Switzerland

7DAYS MEDIA SERVICES GMBH,

FRANKFURT/MAIN

Egerkingen Branch Publisher Accounts – Riedstr. 4 -
4622 Egerkingen

Taiwan

Super Team Int. Co. Ltd. No. 13 Alley 58,
Lane 278, Yong JI Road Taipei

Multi Arts Corporation
No.4 Lane 25 - Sung Chiang RD - Taipei 104

Thailand

ASIA BOOKS CO. LTD.

Berli Jucker House, 14TH Floor, 99 Soi Rubia, Sukhumvit
42 Rd., Prakanong, Klongtoey, Bangkok 10110

Turkey

DOGAN BURDA DERGI YAY VE PAZ A.S.
Kusstepe Mah. Mecidiyekoy Yolu Cad. NO: 12 Trump
Towers Kule 2 Kat: 21-22-23 – Sisli Istanbul

United Arab Emirates

Jashhamal National Co.
P.O. Box 1545 - Dubai

U.S.A.

Mader News, Inc
913 Rubertia Avenue - Glendale, CA 91201 USA

NJ Penn Logistic
2570 Industry LN #020 - Norristown, PA 19403

Auto & Design

Founded in 1979 by/Fondata nel 1979 da
Fulvio Cinti

CEO/Amministratore Unico

Laura Carpaneto
laura.carpaneto@autodesignmagazine.com

Editor/Direttore Responsabile

Silvia Baruffaldi
silvia.baruffaldi@autodesignmagazine.com

Editorial office/In Redazione

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

Editorial Assistant, Web & Social Media

Elisabetta Massola
elisabetta.massola@autodesignmagazine.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@iuav.it

Ali Filippini
alifilippini@gmail.com

English version/Versione inglese
Dialogue International (Torino)

Alltrad (Torino)

Administration office/Amministrazione

Maria Teresa Fausto
terry.fausto@autodesignmagazine.com

Subscriptions, Online & Back Issues
Abbonamenti, copie online e arretrati

Paola Sorbara
paola.sorbara@autodesignmagazine.com

Advertising/Pubblicità

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

Copyright © 2023 by AUTO & DESIGN

A&D 261 Next issue/Nel prossimo numero

Cover story

Toyota C-HR

Design story

Aehra

Interview

Edgar Heinrich, BMW Motorrad

Show

Auto Shanghai

Design news

Audi at Milan Design Week 2023

School

IED Torino



www.autodesignmagazine.com

Auto & Design

Direzione, redazione,
amministrazione:

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

Pubblicità:

Via Pietro Egidi, 6
10122 Torino (Italy)
Tel. +39-011/19708530
Fax +39-011/19708531
E-mail: adv@autodesignmagazine.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 maga-
zine and will not be divulged to third
parties for any reason whatsoever.

I dati forniti dai sottoscrittori degli abbo-
namenti vengono utilizzati esclusiva-
mente 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.

Through Alcantara

The Beauty
of Innovation



The installation **Through Alcantara**
was featured at the ADI Design Museum in Milan.
A three-dimensional sensory experience to cross a border
and discover a **wonderful world of colors,**
sensations and emotions.

ALCANTARA

TURNING PASSION INTO PERFORMANCE



Il Motorsport è nel nostro DNA. Per questo mettiamo tutta la nostra passione nella ricerca e nello sviluppo dei sistemi frenanti più avanzati, contribuendo al successo di chi si affida a noi per vincere. La stessa passione e dedizione contraddistinguono tutto ciò che facciamo, perché la nostra spinta all'innovazione non si esaurisce mai, neanche dopo aver tagliato il traguardo.

TURNING ENERGY
INTO INSPIRATION

 brembo

Auto & Design

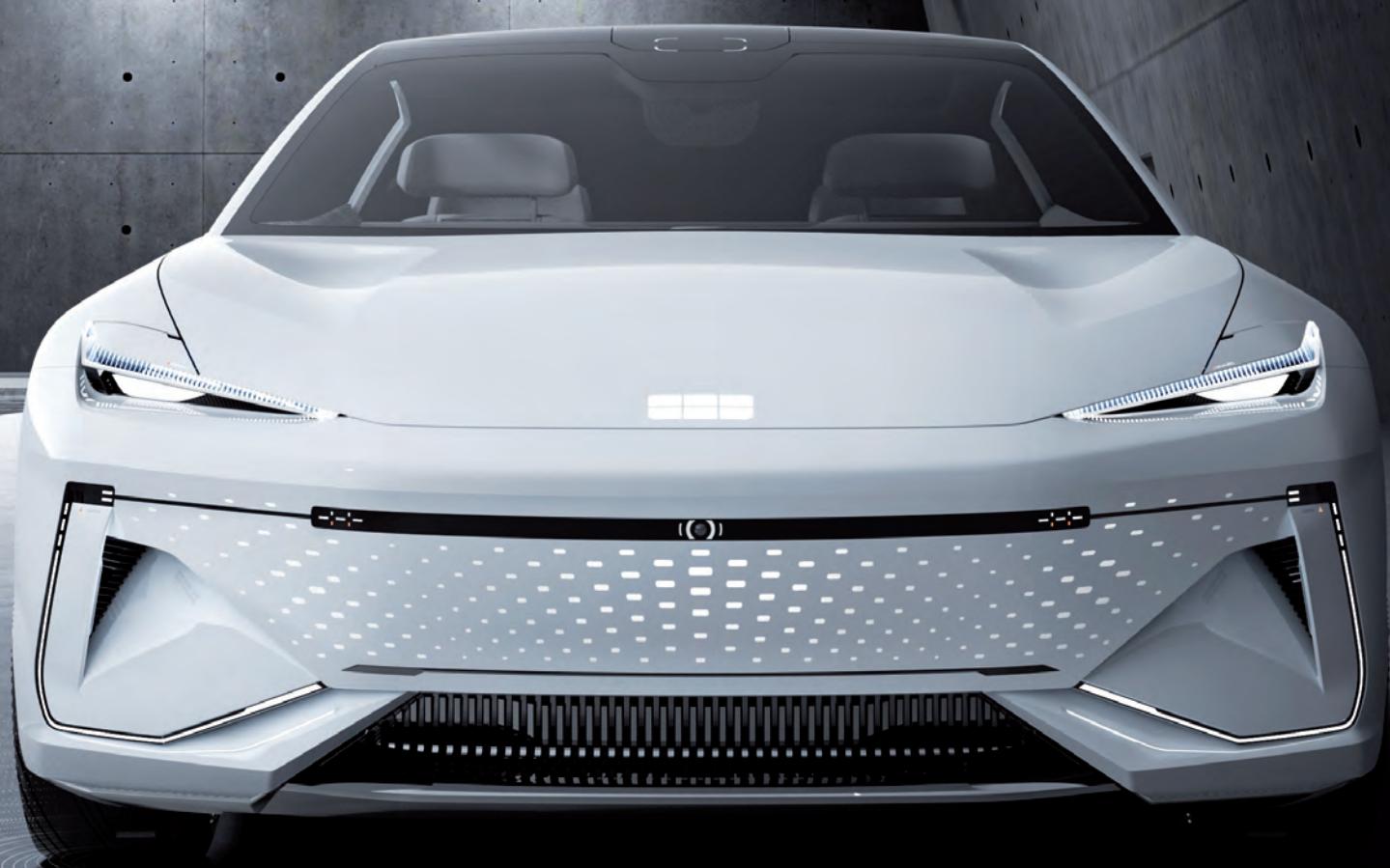


CONTENTS

AUTOMAKER GEELY - THE TRAILBLAZER REVOLUTIONISING INTELLIGENT ELECTRIC VEHICLE DESIGN IN CHINA	p. 3
CHINESE INTELLIGENT ELECTRIC VEHICLE DESIGN INHERITS AND INNOVATES CHINESE AESTHETIC CONFIDENCE	p. 6
ESTABLISHING NEW AESTHETIC STANDARDS ENDOWED WITH THE ESSENCE OF CHINESE CHARM	p. 10
A HARMONIOUS CO-EXISTENCE OF CULTURE AND TECHNOLOGY	p. 14
A MASTERFUL COMBINATION OF FUNCTIONALITY AND EXPERIENCE	p. 18
A COMBINATION OF COURAGE AND CONFIDENCE	p. 28



銀
之
光





AUTOMAKER GEELY - THE TRAILBLAZER REVOLUTIONISING INTELLIGENT ELECTRIC VEHICLE DESIGN IN CHINA

In self-analysis, the three philosophical questions: "Who am I? Where do I come from? And where am I going?" will always guide us towards our true selves.

For Geely, these three questions have always been signposts toward excellence.

Geely has come a long way since its humble beginnings in 1986, continuously evolving and growing for over three decades. From producing refrigerators and manufacturing the first pedal motorcycle to becoming China's foremost privately-owned car manufacturer; from acquiring prestigious international luxury brands to the current movement towards comprehensive electrification, Geely has been on a relentless journey of continuous improvement and self-reflection. Geely has consistently led the development and growth of China's own automotive industry with unwavering courage, conviction, and a commitment to innovation.

However, with the advent of smart technology and an era of sustainable energy, the century-old automobile industry is facing unprecedented transformation. Scientific progress in technology, the development of digital intelligence, environmental considerations, and other modern factors have presented the automobile industry with both rare opportunities and tremendous challenges. Cars feature ever more diverse functions - they are no longer just a means of transportation but emotionally intelligent living spaces.

造车者吉利，打造中国智能电动汽车设计新标杆

谈及自我时，“我是谁、我从哪儿来、我去往何处”这哲学三问，始终引导着我们去追寻真我。

对于吉利汽车来说，这三个问题也一直萦绕心间。

创业于1986年，至今已三十余载的吉利汽车，从生产冰箱、制造第一辆踏板摩托车，到成为中国第一家造车民企；从收购国际豪华品牌，到现在的全革新”，靠着敢闯敢为的「勇气和信念」，一步步引领中国自主汽车行业的发展壮大。

但随着智能化和新能源时代的到来，百年汽车产业迎来前所未有的大变局。科技的发展、技术的进步，数字智能、环保理念的推动等，为汽车产业提供了难得的发展机遇，更带来巨大挑战。汽车被赋予的功能更加多元，它已不只是出行工具，而是情感化的智能生活空间。

Many years ago, Mr Li Shufu, Geely's founder, posed a question of existential importance: "How can Chinese cars access the mid-to-high-end market?"

"In an era of intelligence, how can design elevate the Geely brand to the mid-to-high-end market?" Chen Zheng, Geely's vice-president and the new leader of the Geely Innovation Design Institute, has been diligently pondering the same question.

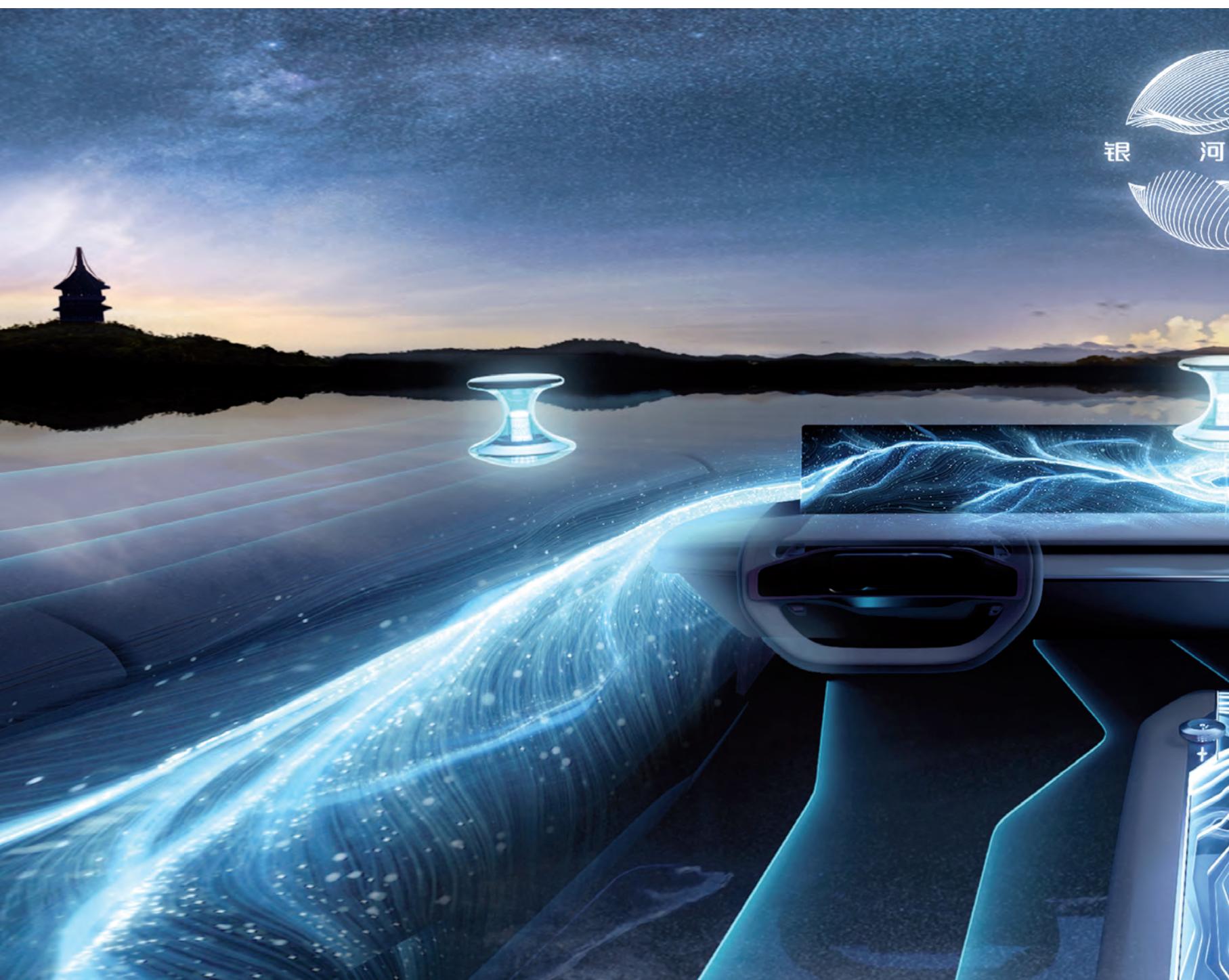
"As a Chinese automotive designer embracing a new generation of users and markets, Chen is confronted with a series of profound questions: "What defines the 'glorious beauty' of the smart electric era? What design standards should characterize this new smart electric era? How should Geely design its mid-to-high-end new energy vehicles?"

With the arrival of the smart electric era, mechanical limitations to design have shrunk even as technological enhancements have flourished, creating a larger

canvas for creativity and innovation. It is time for Chinese electric vehicle design to raise its standard in this era of great potential and challenges.

Geely's "Galaxy Light" is a trailblazing contribution to our mid-to-high-end, new energy vehicle series. It boasts Geely's "Punching through the sky" technology, a super-intelligent terminal that integrates physical and digital environments.

As an exponent of Geely's "Unified Heaven and Earth" philosophy, the "Galaxy Light" transcends boundaries, seamlessly integrating a physical environment and digital experiences to forge a new paradigm in Chinese electric vehicle design. Rooted in the rich heritage of Chinese civilization and aesthetics, it incorporates technological intelligence to create a harmonious fusion of imagination and experience, leading the way into a new era of user aesthetics and breaking free from stereotypical electric vehicle design.



早在数年前，吉利创始人李书福先生就提出过一个灵魂拷问：“中国汽车，如何走向中高端？”

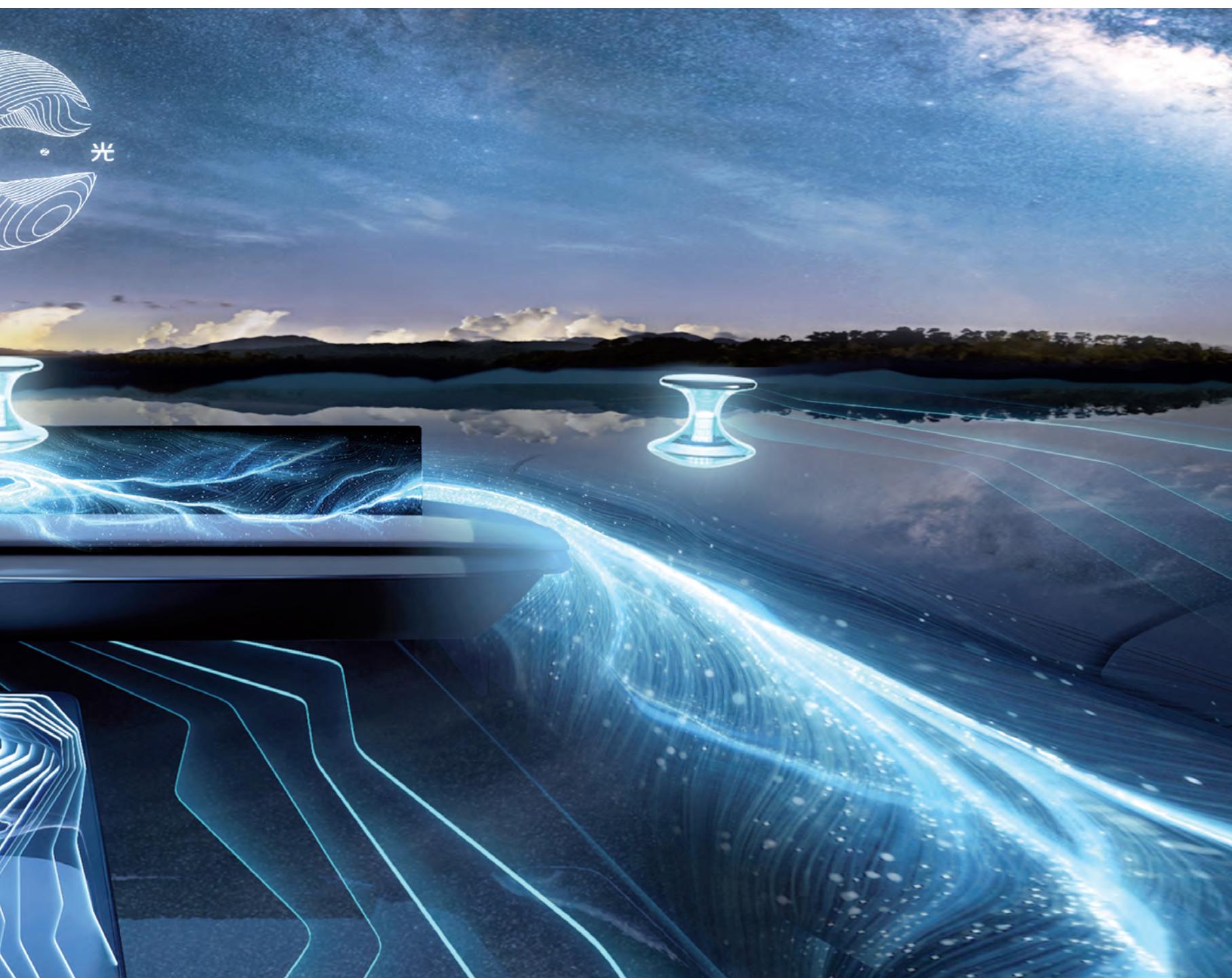
“在智能时代，如何用设计助力吉利品牌走向中高端？”这也是吉利汽车集团副总裁、吉利创新设计院“新掌门人”陈政一直在思考的问题。

“作为一名中国汽车设计师，面对新一代用户和市场，横亘在我眼前的是一系列灵魂拷问：什么才是智能电动时代，该有的‘盛世美颜’？什么才是智能电动时代应该有的设计标准？吉利的中高端新能源汽车应该如何设计？”

智能电动时代到来后，设计的机械限制变得更少，科技加持变得更多，设计能玩、能发挥的空间更大了。这是最好的时代，也是最坏的时代，中国电动车设计，到了要立起FLAG的时候了！

“银河之光”，是吉利中高端新能源系列的开山之作，也是吉利“捅破天”技术的天地一体化超级智能终端载体。

作为吉利“天地一体化”造车理念的载体，它打破边界，将物理环境和数字生活完美融合，开辟出一个全新的中国电动汽车设计范式；它根植于中华文明、传承中华审美，融汇科技智慧，让想象与体验高度融合，跳脱于千篇一律的电动汽车同质化设计，引领新时代用户的审美。





CHINESE INTELLIGENT ELECTRIC VEHICLE
DESIGN INHERITS AND INNOVATES
CHINESE AESTHETIC CONFIDENCE



The challenge faced by the design team at the genesis of the "Galaxy Light" was formidable, and anyone passing Geely's Innovation Design Institute in Xuhui District, Shanghai, would have witnessed a relentless, round-the-clock "battle of creativity" underway. The brief was to devise and implement a design language that encapsulated Geely's vision for the intelligent electric era within a demanding time-frame.

Reflecting on the creation of the "Galaxy Light", the design team recalls those intense days: "We revised the design countless times and held innumerable review meetings. We were full of enthusiasm and determination as we navigated the challenges and sought to find our way through a fog of uncertainty."

Chen Zheng expressed his view thus: "Cars were born in Europe 137 years ago and were originally a Western import. Automotive design has been guided by Western aesthetics for a long time and to create designs infused with a distinctly Chinese essence, we must first understand how the West designs their vehicles or, perhaps, how they perceive the concept of design itself."

Western aesthetics, on the one hand, focus on form, proportion, structure, contours, stylistic elements, and detail, and strive to restore the authenticity of things. Eastern aesthetics, on the other hand, not only emphasize external appearances but also seek to evoke the "emotional state" of the observer. In this approach, there is not only a formal system at work

but also a higher dimension - the "vitality of spirit". This is epitomized in the pinnacle of aesthetic appreciation, where "context is created beyond appearance and, beyond appearance, there lies the art of leaving space". The "Galaxy Light" pursues a modern interpretation of this top-tier aesthetic.

Simultaneously, the Chinese new energy vehicle market caters to a generation of consumers who possess a unique aesthetic sensibility and a broad vision - the most assured generation of "Chinese cultural confidence". "In response, we at Geely have firmly embraced the roots of Chinese culture to provide a foundation for our technological innovations, while incorporating cutting-edge technology to breathe new life and allure into traditional values."

中国智能电动汽车 设计，传承并创新 中华审美自信

在“银河之光”设计之初，如果你经过上海徐汇区的吉利创新设计院，一场争分夺秒的“创意战”正不分昼夜地上演。如何在短时间内，完成吉利智能电动时代的设计语言并落地实现，成了设计团队最具挑战的事情。

“银河之光”设计团队回忆起那段日子：“设计稿改了无数遍、评审会开了无数次，满怀动力、顶着压力，在迷雾中寻找方向。”

陈政认为：“汽车是西方舶来品，诞生于137年前的欧洲。长久以来，汽车设计，总以西方审美为标准，想要有中国味的设计，我们首先要了解西方是如何设计的？或者说，他们是如何看待设计的？”

西方审美取其型，追求比例、结构、型面、要素、细节，追求还原事物的真实性。而东方审美，不仅强调外在的形，更要还原观者的「心境」。我们不仅有形的体系，还多了一个更高的维度——「气韵生动」。

这是「境生于相外，相外即是留白」的顶层审美，“银河之光”追寻的，就是这种「顶层审美」的现代诠释。

同时，中国新能源汽车市场所面向的用户，拥有独立的审美意识和广阔视野，是最有“中华文化自信”的一代人。“因此，我们一手握住中华文化根脉，为科技创新提供底蕴；一手握住科技，让传统焕发全新魅力。”





CHINESE INTELLIGENT ELECTRIC VEHICLE DESIGN: ESTABLISHING NEW AESTHETIC STANDARDS ENDOWED WITH THE ESSENCE OF CHINESE CHARM

The front headlights, inspired by the "Soaring Eaves" of traditional Chinese architecture and the fierce gaze of a tiger, exude a powerful and commanding presence. Featuring a "Flying Wing and Double Eaves", the rear design boasts a magnificently smooth and graceful aesthetic, effortlessly blending the beauty of unsullied space with modern technology.

The front fascia, which serves as the brand's largest logo, has been transformed in the electric vehicle era. The once-functional front grille now offers designers a vital canvas for imaginative expression. It also presents a challenge, however, as it can result in design homogeneity.

In the age of petrol-powered vehicles, Geely's elegant Chinese cars were distinguished by their rippling, water-inspired front fascia. As we embrace the era of intelligent electric vehicles, Geely has cast aside monotonous "mask face" designs and adopted a contemporary interpretation of our signature "Rippling Light" motif that incorporates three integrated technological zones to enhance the user experience. As the ripples of light spread, everything becomes interconnected, uniting heaven and earth in perfect harmony.

Chen Zheng believes that good design should feature harmonious proportions. The overall posture of the "Galaxy of Light" evokes an image of a crouching tiger, poised and powerful, while simultaneously reducing its drag coefficient to a mere 0.19 - generating a breeze without even moving.

Rooted in Chinese culture and innovatively blending Chinese aesthetic confidence, the "Galaxy Light" breaks free from the homogeneity of electric vehicle design and establishes a new aesthetic standard for China's intelligent electric vehicles - a point of immense pride for Chen Zheng.





中国智能电动汽车 设计，以中华气韵， 建立审美新标准

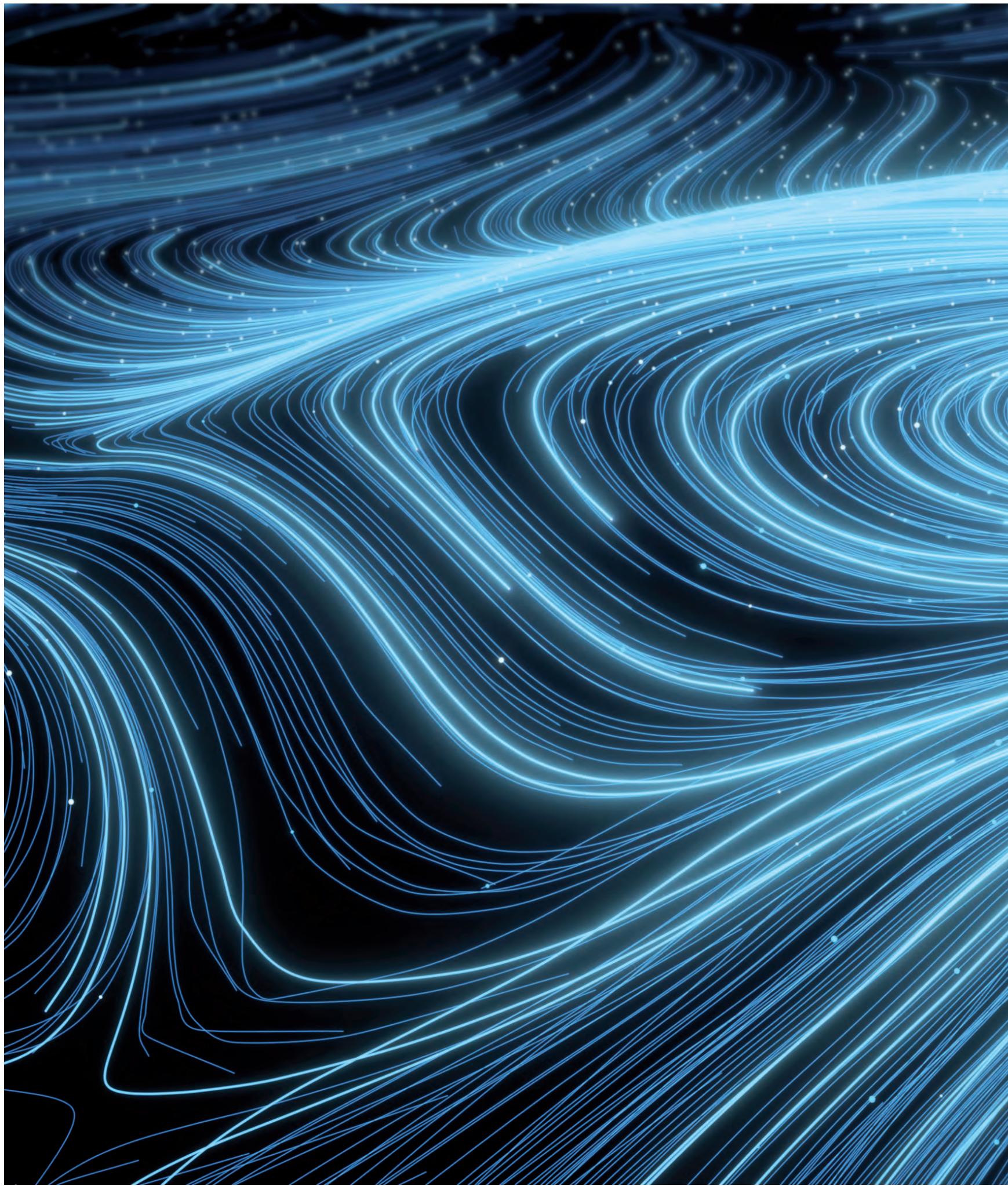
前大灯「飞檐虎视」，汲取飞檐的上扬气势及猛虎的神采，虎虎生威。「飞翼重檐」的尾部设计，圆润亲和，平稳大气，是余白之美与现代科技的和谐交融。

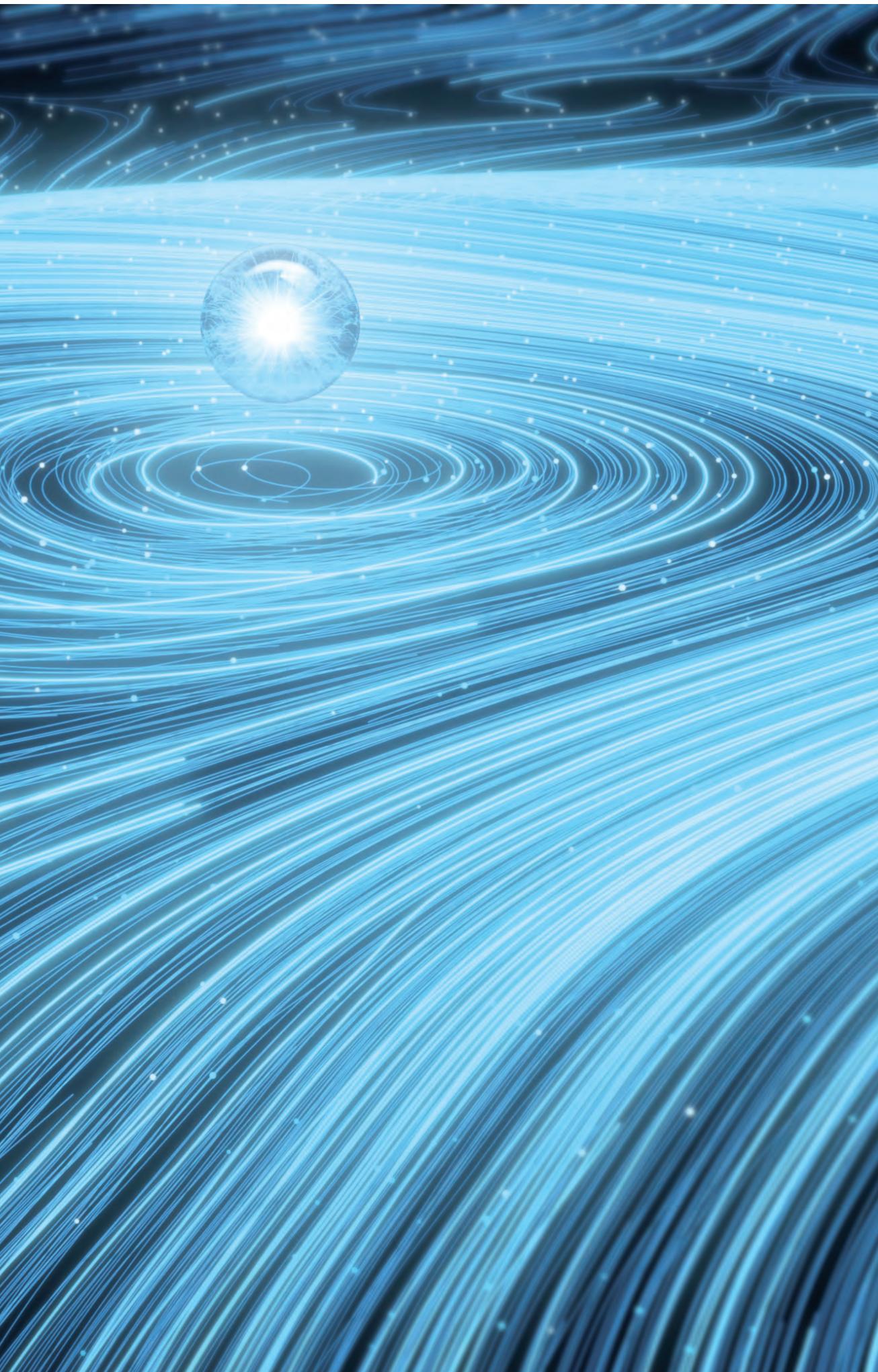
前脸，是品牌最大的logo，电动车时代，前脸进气格栅摇身一变，成为设计师想象和发挥的重要空间，但也是产生同质化的客观原因。

在油车时代，水波涟漪前脸成就吉利大美中国车；智能电动时代，吉利跳脱了千篇一律的“口罩脸”，换上了吉利品牌超级符号“涟漪”的新时代诠释——光之涟漪，并增加用户创新体验的三大科技集成区。当光波荡开，万物互联，天地一体。

陈政认为，好的设计，整体姿态应当比例和谐。“银河之光”的整体姿态，如伏虎蓄力于地，威猛生风，更将风阻系数降低至0.19，身未动，已生风。

植根中华文化，创新融合中华审美自信，“银河之光”跳脱了同质化的电动车设计，建立起中国智能电动汽车的审美新标准，这一点令陈政颇为自豪。





Transcending time and space, the "ripple", is Geely's heritage symbol; it represents the interconnectedness of people, cars, networks, sound, light, and electricity in this era, a confluence and interplay of countless dimensions that forges an inseparable unity between heaven and earth.

"Ripple Aesthetics" embody the fusion of Chinese civilization and technological wisdom, showcasing the brand's values while seamlessly blending imagination and experience.

“涟漪”，吉利品牌的传承符号，超越时间与空间，是这个时无数个纬度之间的相互连结、扩散、激荡，让万物互联，天地一体。

“涟漪美学”以中华文明融合科技智慧，彰显品牌价值观，让想象与体验高度融合。

A HARMONIOUS CO-EXISTENCE OF CULTURE AND TECHNOLOGY

Modern Chinese electric vehicle design is no longer limited to the aesthetics of the industrial era. In the age of smart information, competitive products must blend beauty, functionality, and intelligence. Today's consumers have a heightened awareness of technology and a strong desire for diverse experiences that sets them apart as a highly perceptive demographic distinct from previous generations.

In the words of Chen Zheng, they seek "not only functionality, but also beauty; not only beauty, but also experience; not only experience, but also meaning."

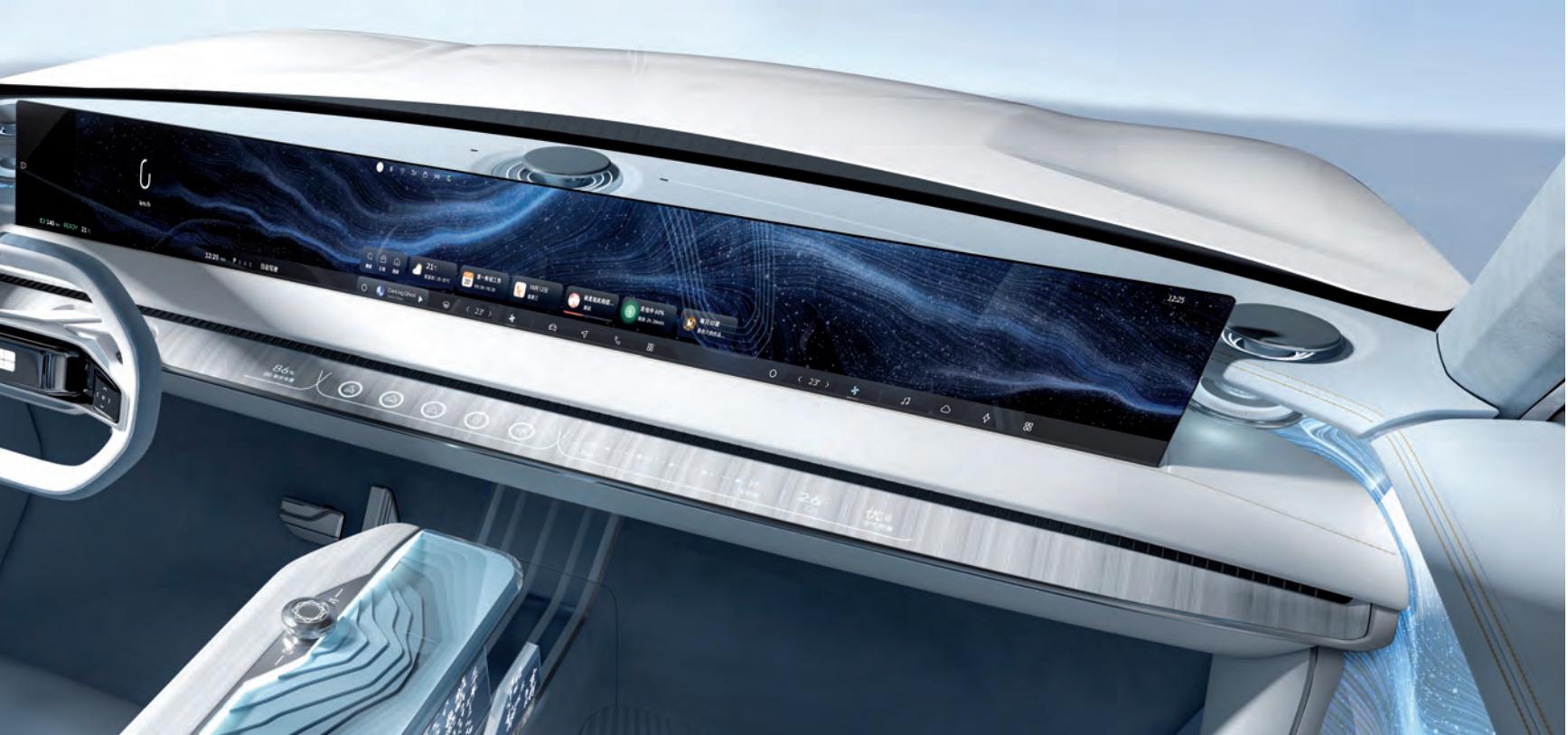
With a commitment to putting the user first, Geely has crafted a smart, safe, and human-centric cabin for the future. Built upon a world-class new energy platform, the "Galaxy Light" offers a more transparent cabin layout and extensive traveling space.

中国智能电动汽车 设计，人文与科技和 谐共生

今天的中国电动汽车设计，要做的已经不只是工业时代的造型，在智能信息时代，有竞争力的产品，一定是颜值、功能、智能三者合一。今天的用户对科技的感知、对多元体验的渴求也明显高于其他代际，是一群对生活具有高感知的人群。用陈政的话说，他们“不仅要功能，也要颜值；不仅要颜值，还要体验；不仅要体验，更需要意义。”

在坚持“用户至上”的前提下，吉利打造了一个智慧、安全、充满人文关怀的未来座舱。依托世界级新能源架构，“银河之光”带来了更通透的座舱格局、更宽敞的乘坐空间。









Founded on the banks of West Lake, Geely has taken to heart the Chinese philosophy embodied in the waters, which emphasizes harmony with nature and unity between heaven and humanity. Geely has meticulously recreated the beauty of West Lake in the "Galaxy Cabin", with charming waterside scenery and an ocean of knowledge, all captured within the cabin to delight the senses.

The "Three Pools Mirroring the Moon" feature combines floating sound and ambient scented lighting, creating a realistic atmosphere throughout the space. The "Galaxy Scroll" seamlessly integrates information touch points within the electric car's skin, creating a unified sensory experience spanning sight, sound, and scent. This restrained and precise approach to designing emotional integration, rooted in Chinese culture, naturally cultivates experience of technology. "The galaxy above encircles the heavens, while West Lake ripples below." Chen Zheng's unique ingenuity infuses the car's design with the romance of Chinese culture, encapsulating an enchanting fusion of tradition and innovation.

You can see the rich heritage of the brand and culture, embracing mountains, water, and the galaxy, in every aspect of the design. The ancients spoke of the "unity of man and heaven," and, through technology, we have created an atmosphere that allows natural beauty and technological brilliance to coexist harmoniously, soothing the anxieties of our era.

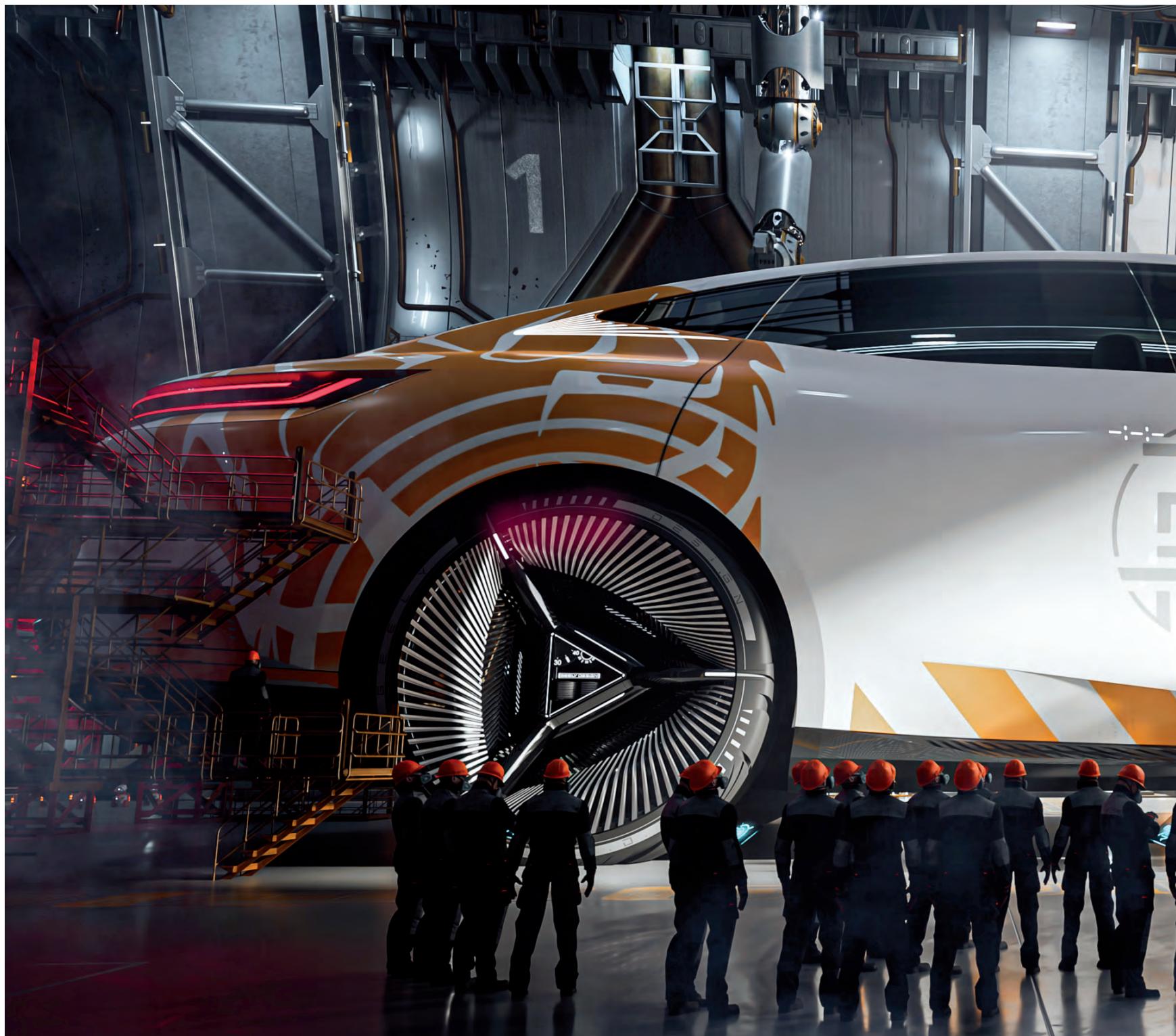
Plucking stars from the brilliant tapestry of Chinese culture may sound like a romantic notion, but the tireless efforts of our team lie behind it. The designers of the "Galaxy Light" explain: "We searched for a suitable medium in Chinese porcelain, landscape paintings, ink wash art, shadow puppetry, and origami. After refining the design over a dozen times, we hope to convey the confidence of Chinese culture and the essence of Chinese aesthetics to the world. Showing how modern technology can soothe the soul and integrate itself into everyday life is a significant challenge for any designer. The Galaxy Light not only allows users to feel understood and comforted, it also addresses their practical needs. Our cabin, blending technology and human-centric care offer a sanctuary as soon as you open the door and settle in."

吉利诞生于西子湖畔，西湖蕴含“顺天和地、天人合一”的中华哲学，曾深深滋养吉利设计。吉利在银河座舱中复刻了西湖之美，西子水岸、书山叠嶂在座舱内相映成趣。

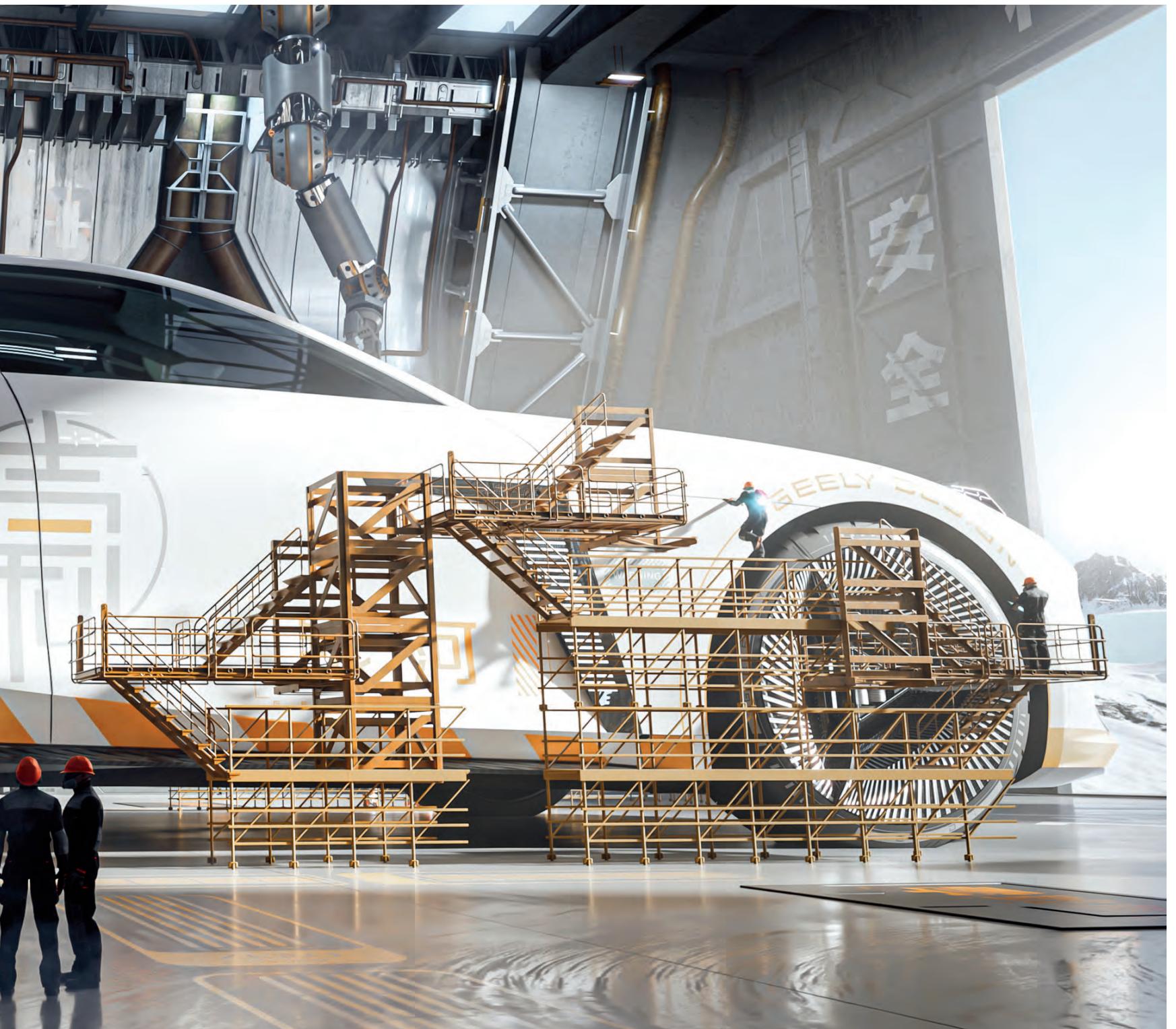
三潭印月，集悬浮音响、香氛氛围灯于一体，让整个空间充满仪式感。银河画卷将信息交互的触点隐藏在电动车的皮肤里，视觉、听觉、嗅觉等五感合一。这种内敛简约情绪集成的设计手法，是中华文化母体里自然生长出的科技体验。“天上银河环绕，地上西湖荡漾”，我们要把中国式的浪漫，注入到设计里去，这是陈政在设计这款车时独有的巧思。

凡设计之处，必能看见品牌和文化的底蕴，有山、有水、有银河。古人说“天人合一”，我们用科技，营造出一套意境，让自然美与科技美和谐共生，抚慰这个时代的焦躁。

在璀璨如星的中华传统文化里为你伸手摘星，听着浪漫，背后是团队的不懈努力。“银河之光”设计师说：“我们在中国瓷器、山水风景、水墨画、皮影、折纸艺术中寻找合适的载体，前后打磨十几次，希望通过我们的设计，将中华文化的自信、中华美学的底蕴传递给全世界的人。现代科技如何抚慰人心、进入大家的生活，是所有设计师的一大课题。银河之光不仅能让用户感受到被理解、被安抚，更能解决用户的实际痛点。我们的座舱，融合科技与人文关怀，拉开车门坐进去，这就是你可栖息的一方天地。”



CHINESE INTELLIGENT ELECTRIC VEHICLE DESIGN: A MASTERFUL COMBINATION OF FUNCTIONALITY AND EXPERIENCE

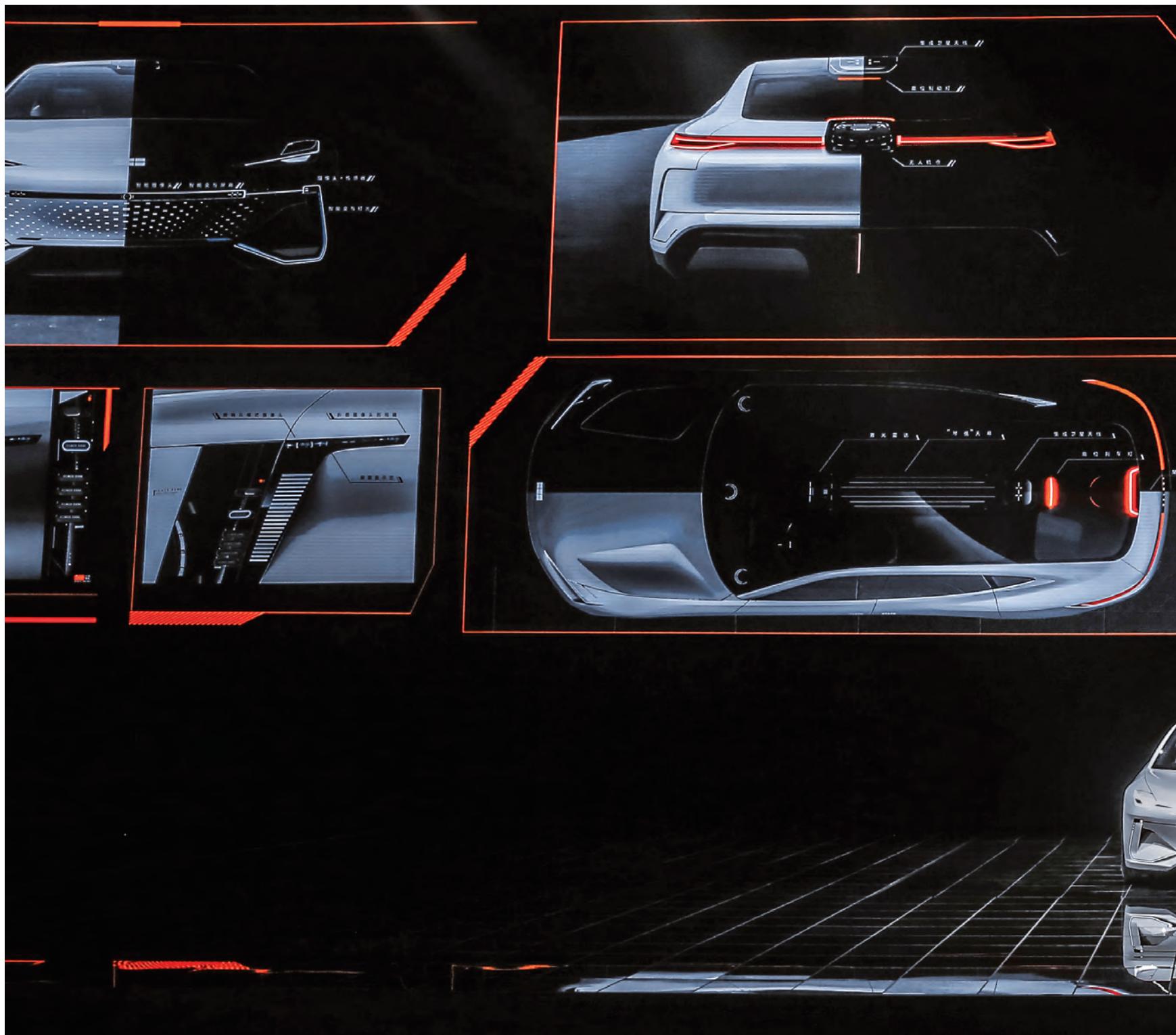


Great design acts as a catalyst to awaken users' emotions. In the age of petrol vehicles, design followed the classic Bauhaus principle of "form follows function". In the era of new energy vehicles, a plethora of dazzling technological innovations is available. As cars become increasingly complex and focus on "appearance", Geely has taken a step back to contemplate the essence of technology.

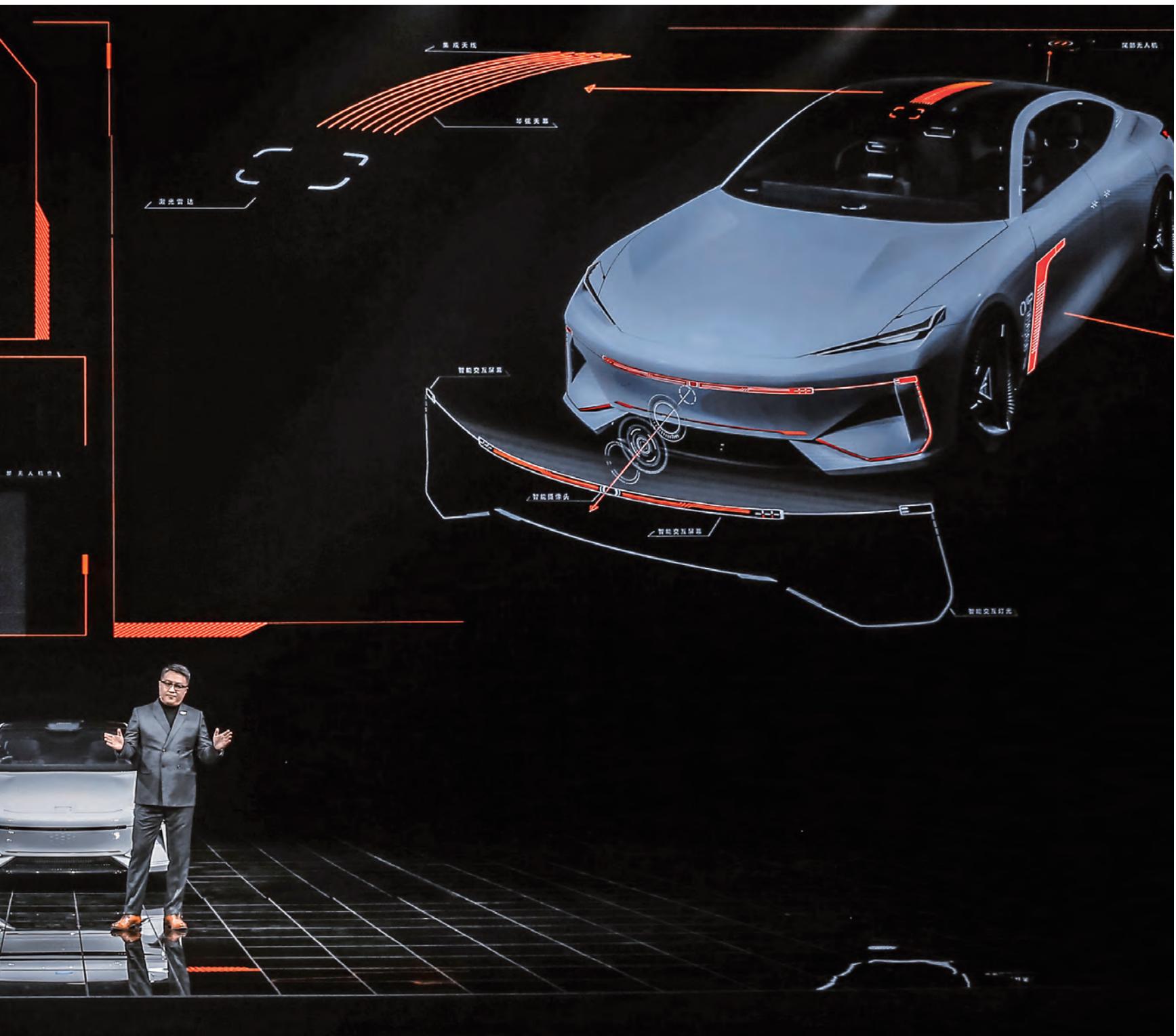
Technology should be human-centric, using its potential and products to address real-world issues. In the age of electric vehicles, Geely emphasizes that form serves function, and function serves experience.

Automotive design nowadays has evolved from mechanical design to user experience, and this seamless integration of functionality with a visible display of cutting-edge technology is precisely the new design direction pursued by the "Galaxy Light". Geely's design team believes that technology resides in life but should not disturb life.

Simplification is not only a technology but also a feature. Smart driving sensors, high-tech components, LiDAR systems, streaming rear-view mirrors, interactive displays - all these elements have been integrated into three 'technology integration zones' throughout the vehicle, creating a harmonious fusion of form and function.



中国智能电动汽车设计，
功能与体验兼得

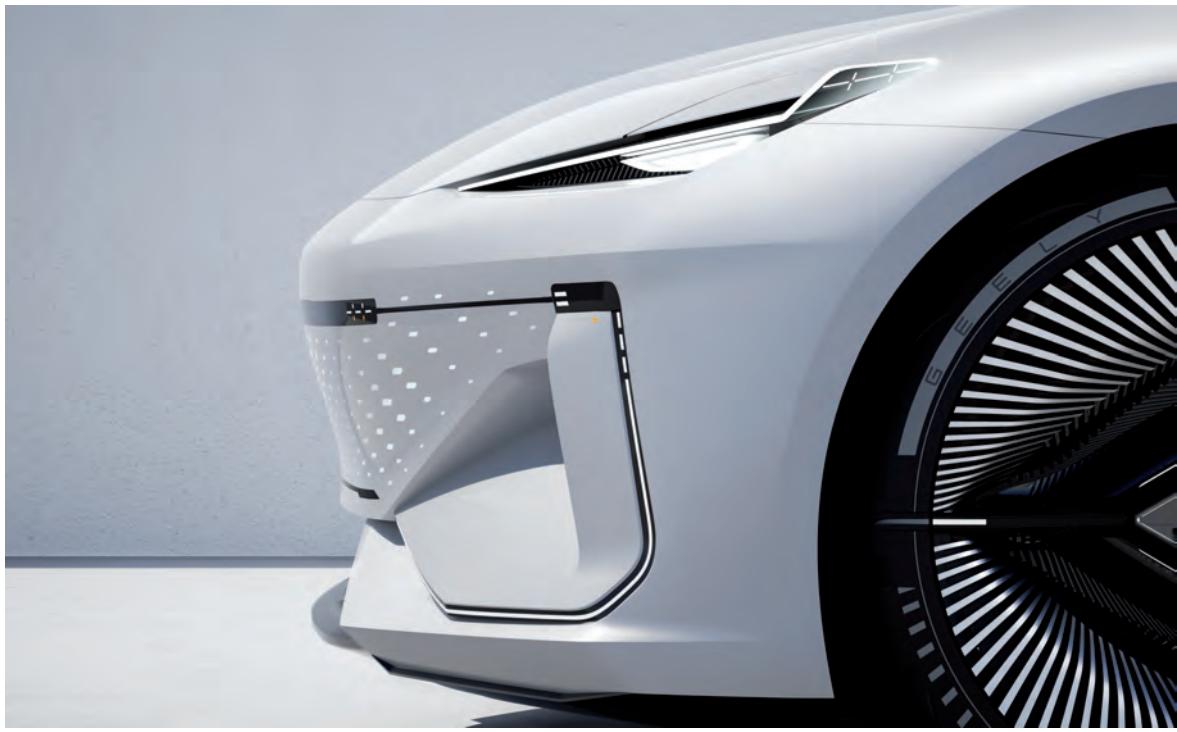


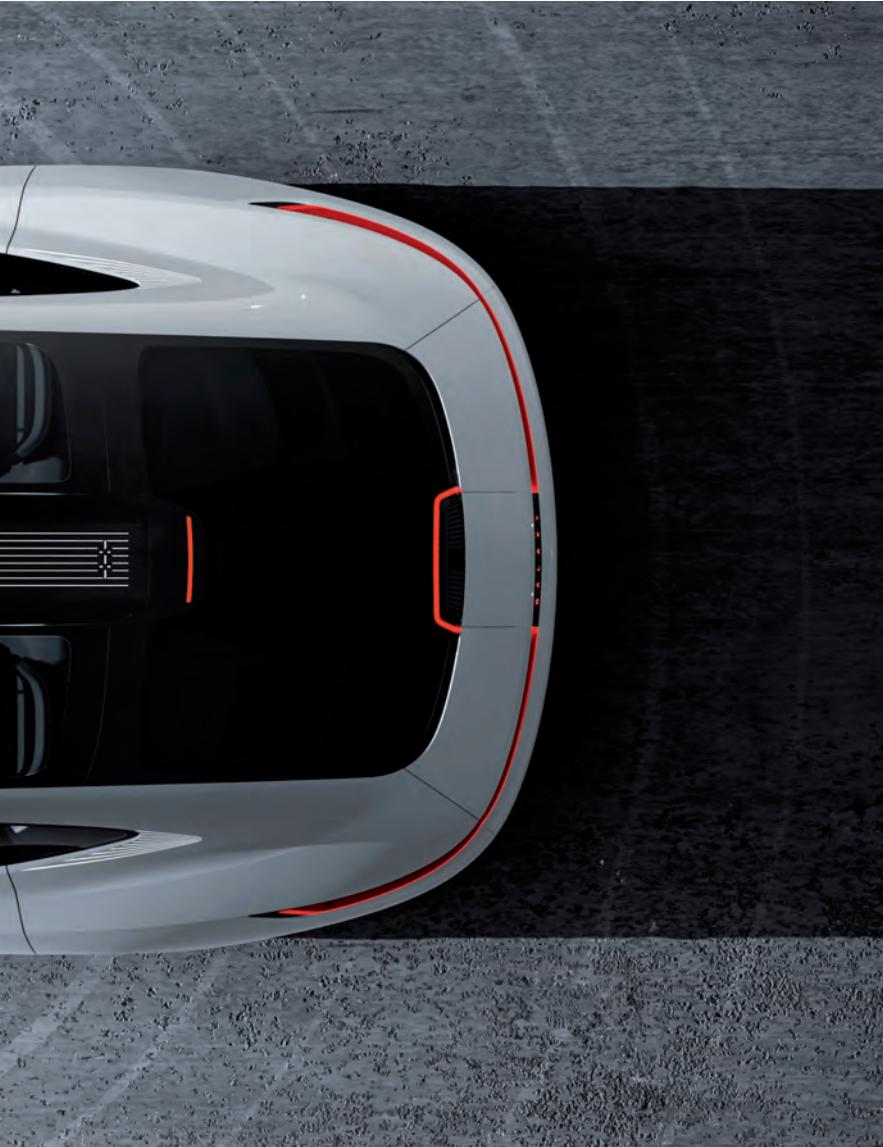
好设计，是唤醒用户情绪的催化剂。油车时代，设计遵循包豪斯经典理论“形式追随功能”，新能源时代造车，种种科技智能常使人眼花缭乱。当“表面功夫”越来越多，汽车越来越复杂时，吉利停下来思考科技的本质。

科技应当是合乎人性的，用技术和产品解决实际的问题。电动车时代，吉利更强调：形式服务于功能，功能服务于体验。

时至今日，汽车设计从机械设计，来到了体验设计。功能集成，科技外显，正是“银河之光”所追求的新的设计方向。吉利设计认为，科技进入生活，但不应该打扰生活。

化繁为简，是一种科技，更是一种能力。智驾传感器、科技零部件、激光雷达、流媒体后视镜、交互屏显……全部集成整合，形成贯穿全车身的三处「科技集成区」。





The front fascia cleverly integrates high-definition cameras, radar sensors, and information display panels, achieving a perfect balance between aesthetics and functionality, illuminating a smart lifestyle through technology.

Inspired by the concept of "a meeting of musical minds amid flowing rivers and lofty peaks", the "Stringed Sky Canopy" on the roof integrates a "low-orbit satellite antenna", creating the ideal conditions for Geely's unique and ground-breaking intelligent ecosystem and making for the most precise, safest, and best driving experience

possible. Extending from the roof to the rear, an array of integrated features such as LiDAR, high-mounted brake lights, cameras, and drones provide a third-person perspective experience, enabling innovative scene applications, Vlog-sharing, and more.

The side technology integration zone includes an air curtain cover, retractable rear-view mirrors, side sentinel mode camera screens, an NFC-unlocking area, charging port, outdoor mobile charging station, and outdoor mobile lighting tools, seamlessly blending cutting-edge tech into the vehicle's design.

前脸集成高清摄像头、雷达传感器、信息显示面板，巧妙实现美学与功能的平衡，让科技点亮智能生活。

车顶的“琴弦天幕”以“高山流水遇知音”为设计灵感，“低轨道卫星天线”被集成在天幕中，为吉利独有的“捅破天”智能生态创造条件，让最精准、最安全、体验最好的智能驾驶成为可

能。从车顶延伸至车尾，集成了激光雷达、高位刹车灯、摄像头、无人机，联通第三视角体验，创新场景应用、Vlog分享等功能。

侧面的科技集成区，包含气帘盖板、可伸缩后视镜、侧哨兵模式摄像头屏幕、NFC解锁区、充电口、户外移动充电电源、户外移动照明工具等。



At the heart of every design lies the power of technology. As we enter 2023, Geely's Star Wisdom Computing Center has gone live, bringing users into a world of enhanced intelligent experiences with its supercomputing power.

Within the cabin, a giant 45-inch screen, LED screens on the left and right door panels, and a flexible screen to the rear form an all-encompassing "Galactic Surround Screen". The "Instant Information Transfer" interaction mode connects the front and rear seats with a single touch, offering a smoother, more natural, and safer interactive experience.

Front-seat occupants can share vehicle information with those in the rear, while each individual can enjoy their entertainment without disturbing others. The rear seats can also provide driving

information assistance to the front-seat driver, including navigation and destination-sharing, adding an extra layer of safety to the driving experience.

Leveraging "Unified Heaven and Earth" technology and a host of smart interactions, the Galaxy series offers even more exciting features, including Sentinel mode, Camping mode, Nap mode, Vlog mode, Pet mode, and Celebration mode, providing users with a rich variety of smart scenarios.

We maintain "technological confidence" and incorporate safety and wisdom into the cabin design to achieve a perfect blend of technology and emotion. The "Galaxy Light" embodies the Chinese philosophy of harmonious coexistence, ensuring that technology, human-centric care, and simplicity are abundantly present throughout the vehicle.

所有设计背后，都是以科技力量作为支撑。2023年伊始，吉利星睿智算中心上线，超级算力，将用户带入更多智能场景。

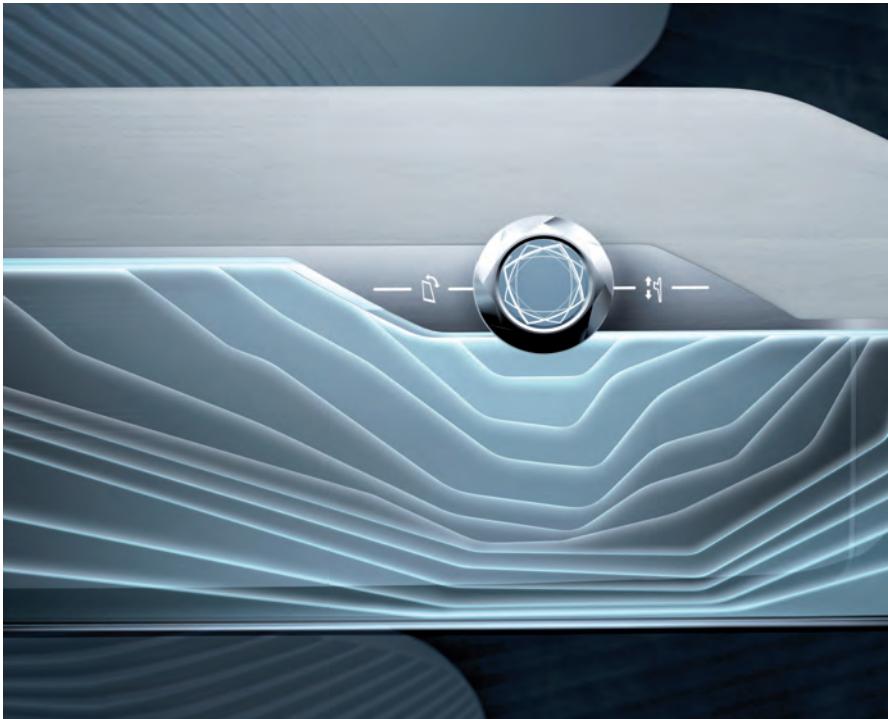
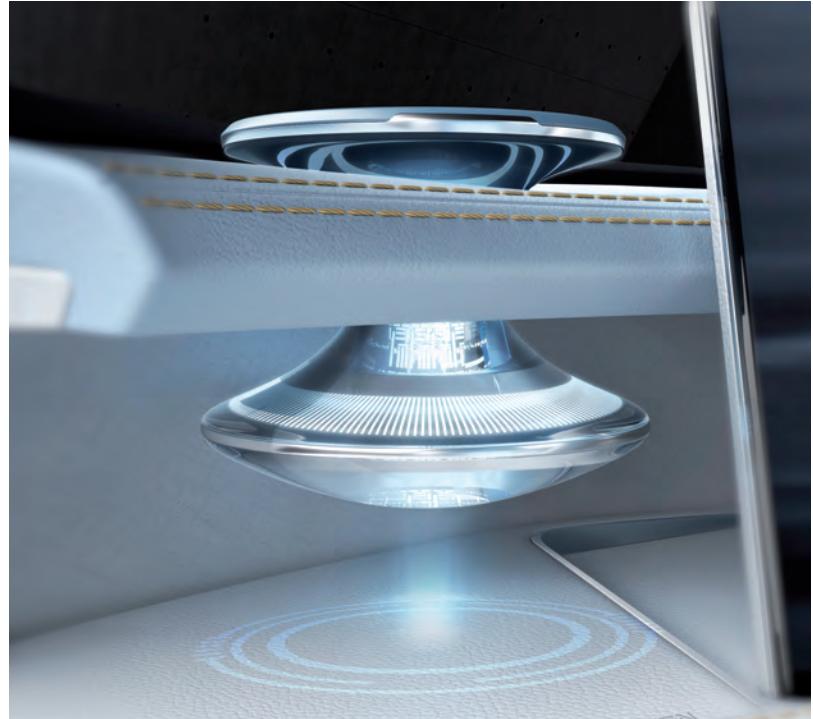
座舱内，45寸巨幕、左右门板LED屏幕、后排柔性屏幕组成环抱贯穿式“银河环幕”。通过一触即达前后排的“信息闪送”交互模式，提供更顺畅、更自然、更安全的交互体验。

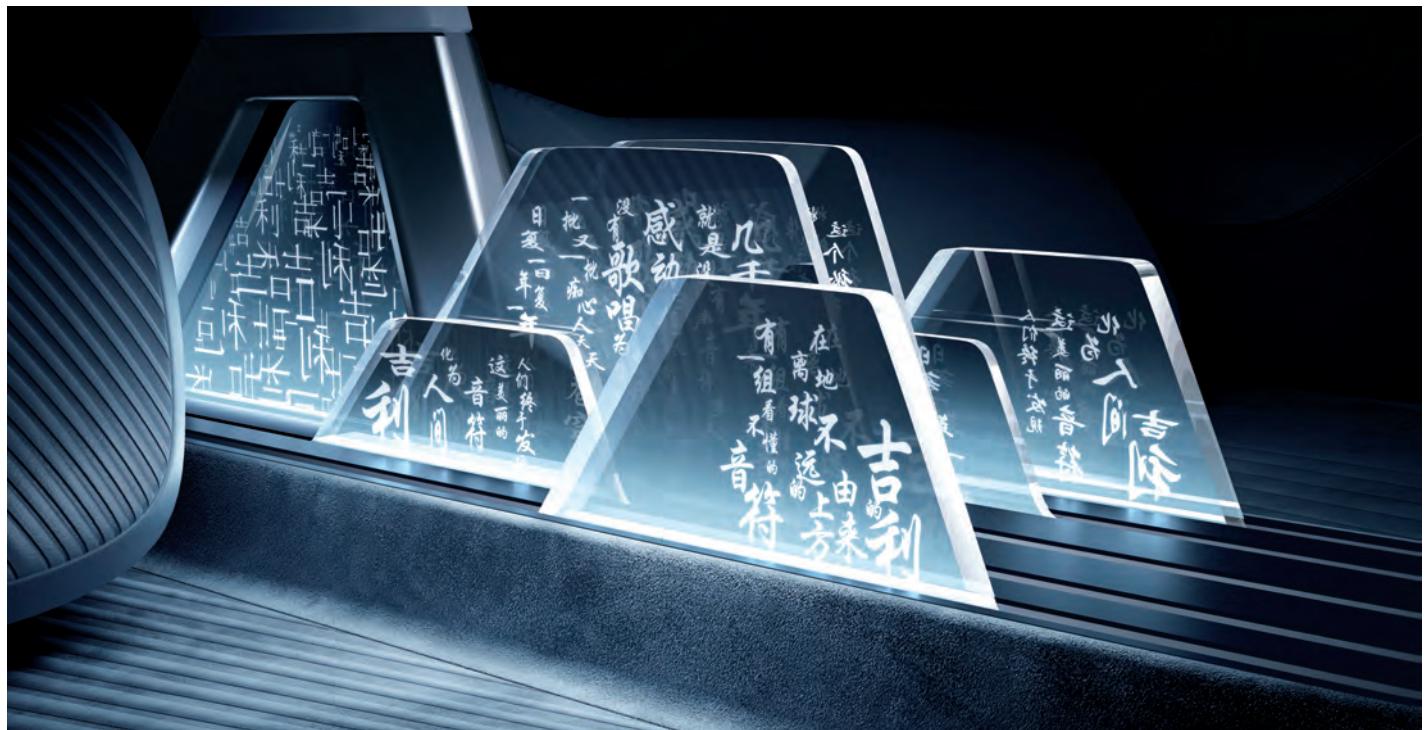
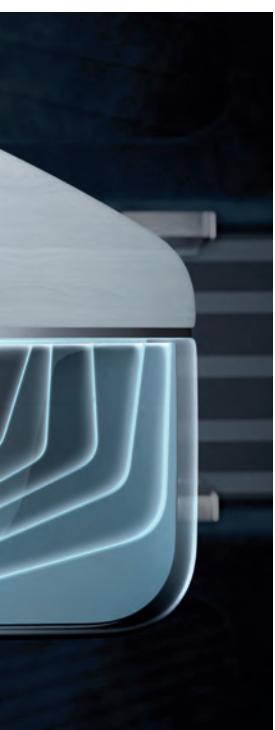
前排可以推送车载信息至后排同享，相互之间也可独享娱乐互不打扰。后排还能为前排驾驶者提供驾驶信息辅

助，例如导航、目的地发送等，为驾驶员的行车安全带去多一份保障。

依托“天地一体化”技术和丰富的智能交互，银河系列还有更多有趣玩法，例如哨兵模式、露营模式、小憩模式、Vlog模式、宠物模式、欢庆模式，为用户带来丰富的智能场景体验。

我们秉持“科技自信”，将安全、智慧的理念植入座舱设计之中，让科技与情感兼得。“银河之光”贯彻着亲和主义的中国人相处之道，处处皆科技，处处皆人文关怀，处处皆简单。









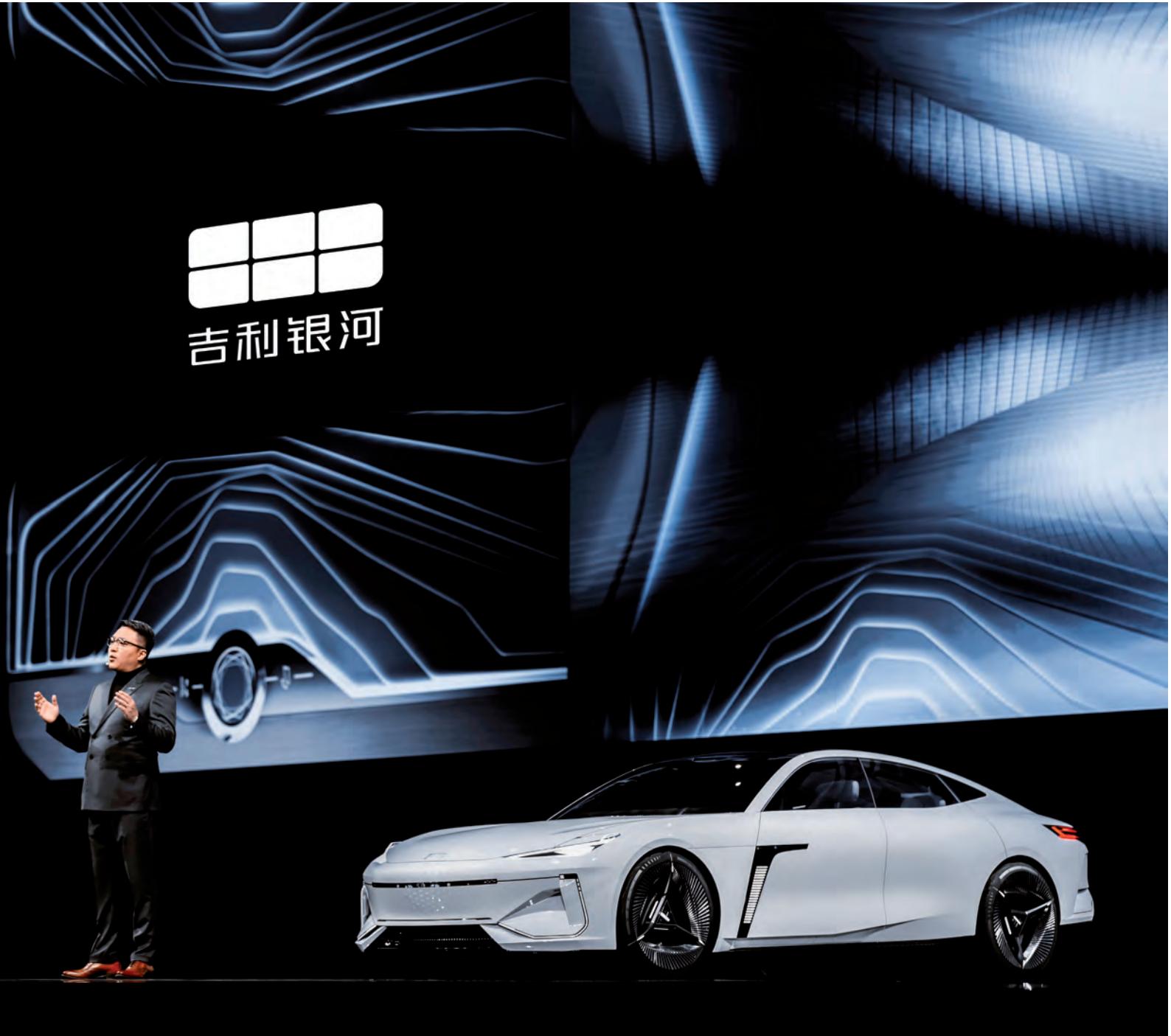
吉利银河 只做高价值新能源汽车



**NEW ERA,
NEW GEELY
A COMBINATION
OF COURAGE AND
CONFIDENCE**

The fresh face of Geely's automotive design owes much to the synergistic partnership of Gan Jiayue, the company president and Geely's "Forrest Gump", and Chen Zheng; the men share a deep understanding of each other's ambitions. With a keen eye for talent, "Forrest Gump" selected "Zheng" for his prowess in both design and branding. Both born in the 80s, these two passionate automotive enthusiasts have joined forces to create the "Galaxy Light", ushering in a new era of high-value electric vehicles in China.

Chen Zheng has said, "Chinese automotive design has come a long way, evolving from a phase of imitation to ongoing development. This is now a golden age for Chinese car design. For me, the relentless pursuit of progress in the national automotive industry has been a lifelong mission. Simplicity is key. Just as philosophical truths and martial arts principles are concise, Geely's design philosophy is straightforward, focusing on three aspects: cultural aesthetics, brand essence, and customer needs. This yardstick is constantly used to evaluate and refine our daily design work."



一面勇气， 一面底气， 吉利全面向新

吉利汽车设计的这些新面貌，离不开奔跑的“阿甘”——吉利汽车集团总裁淦家阅与陈政的“惺惺相惜”。“阿甘”独具慧眼，选择了兼具设计实力和品牌思维的“阿政”。两位“80后”汽车人是上下级，更拥有对中国自主汽车行业相同的热情，他们联手打造了“银河之光”，开启中国高价值新能源汽车新时代。

陈政说：“中国汽车设计走到今天，经历了向外模仿、向上发展的阶段，如今是中国汽车设计最好的时代。对我来说，为民族汽车工业发展而不懈奋斗，是一生的追求。大道至简，就像所有的哲学真理、武学心法都十分简短，吉利的设计心法也很简单，只有三个词：文化审美、品牌内核、用户需求。这是我们日常设计工作中，不断反复检核方案的‘一把尺’。”





The "Intelligent Electric Era" of Geely Automobile has arrived and is without compromise. Only a world-class, new energy architecture, passed down through generations, could bring such revolutionary design ideas to electric vehicles. Geely's unique strength in "systematic car manufacturing" is the backbone of their confidence; creating a new design benchmark for Chinese electric vehicles is a challenging yet essential undertaking to which Geely is unwaveringly committed.

Embracing its Chinese heritage without being bound by tradition, Geely continues to promote joy through the legacy of "Ripple Aesthetics" in the intelligent electric era. By fusing Chinese aesthetics with cutting-edge technology, Geely is highlighting its brand values to blend imagination and experience and set a new standard in design for China's new energy vehicles.

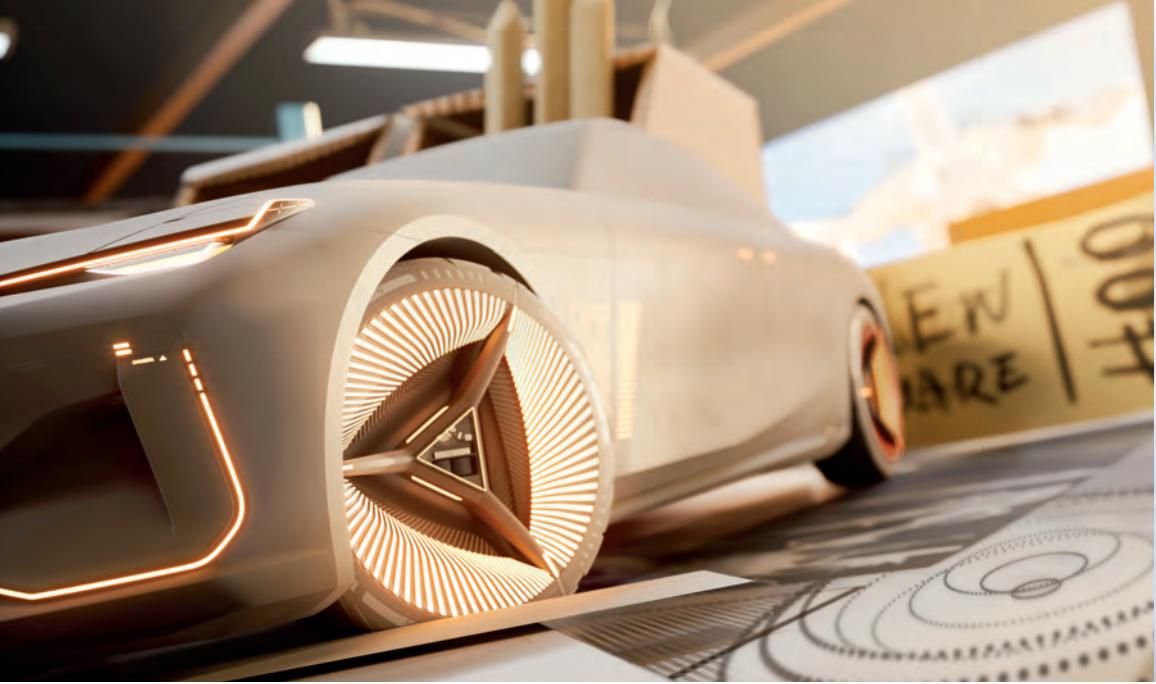
The Galaxy Light represents boundless imagination and endless experiences. Geely invites you to join them in entering a new era of Chinese electric vehicle design!

吉利汽车的“智能电动时代”已全面到来。只有一脉相承的世界级新能源架构才能带来这样的电动车设计思路，吉利独有的「体系造车」实力是吉利的底气；打造中国智能电动车的设计新标杆是吉利坚定不移要做的、难而正确的事情。

很中华，不传统，更快乐，智能电动时代，吉利传承“涟漪美学”，以中华审美融合科技智慧，彰显品牌价值观，让想象与体验高度融合，打造中国新能源汽车的设计新标杆

银河之光，想象不止，体验不止，欢迎大家与吉利设计一起，进入中国电动汽车设计新时代！







GEELY DESIGN



Shilong Road, Xuhui, Shanghai, China

Piazza Lina Bo Bardi, 3, 20124 Milano (MI), Italy