



## Personaggi

Ilaria Sacco

# Alla conquista della City (car)

Laureata alla Sapienza, è volata a Londra per specializzarsi al Royal College of Art. Dove ha vinto un premio per il Car interior design

**N**on sono molte le italiane under 30 che possono vantare riconoscimenti internazionali e distinguersi nel campo del Car design. Ilaria Sacco, romana, classe 1980, ha un sorriso aperto e l'aria sbarazzina: recentemente è stata l'unica rappresentante del nostro Paese a salire sul palco degli Interior Motives Design Awards 2008. Dopo la laurea alla Sapienza in Disegno industriale, va alla ricerca di un prodotto più completo e impegnativo ed è tra i 15 fortunati che vengono ammessi ogni anno al prestigioso corso di Car design del Royal College of Art di Londra. Unica italiana della sua classe, si trova catapultata in una realtà stimolante. «L'esperienza più bella della mia vita», spiega con un entusiasmo contagioso e qui, dalle stesse aule in cui hanno studiato personaggi famosi come il Design director di Jaguar Cars Ian Callum, inizia a disegnare citycar e a sfornare idee.

### ■ Ci racconta il suo progetto?

■ «My lounge» è un nuovo modo per approcciare l'auto, come se fosse una parte della nostra casa o di noi stessi. Trascorriamo moltissime ore in macchina, eppure ancora troppo spesso quest'ultima è lontana da noi e dalla nostra personalità. Quando ci vestiamo o arrediamo le nostre case scegliamo tra brand diversi e li combiniamo a seconda dei nostri gusti,



Ilaria Sacco durante la consegna dei premi al termine del Master al Royal College of Art. Sotto, il suo progetto per interni innovativi: l'ha intitolato «My Lounge».

[My lounge] an ID-card for each car interior



possibilità e necessità. Ecco, penso che un approccio simile sia possibile anche per l'Interior design. Un'auto che viene «vestita» nelle sue parti attraverso una politica multibrand.

■ **Quindi che cos'è «My lounge»?**

■ È una concept car composta da una piattaforma, una struttura base dove si trovano tre sedili e che può essere totalmente personalizzata con una serie di prodotti e accessori. Una soluzione nella quale è possibile scegliere da un catalogo, ma anche comprare su e-Bay o conservare e riutilizzare le varie componenti dell'auto. Un approccio che non richiede di essere fedeli a una marca, ma che anzi, grazie a una serie di plug standard presenti sulla struttura base dell'auto stessa, consente la commistione di elementi. In tal modo l'abitacolo viene a rappresentare la personalità del consumatore e non solo quella della Casa. Inoltre personalizzare l'auto sulla base di plug esistenti e universali significa ridurre gli sprechi: potremo cambiare la struttura della nostra auto, conservandone dei pezzi per riutilizzarli

in quella nuova. Proprio come oggi facciamo per l'arredamento.

■ **Nel suo approccio paragona l'abitacolo dell'auto a un salotto. In che modo dialogano Car design e arredamento?**

■ Penso agli interni con lo stesso spirito sofisticato e di ricerca che c'è nell'arredamento. Oggi sono presenti ancora molte linee guida. Le Case propongono abitacoli abbastanza standardizzati, ma per il futuro vedo uno spirito di commistione e accostamento di parti, proprio come già accade nelle nostre abitazioni, dove mobili e accessori hanno provenienze diverse. In un mondo che diventa sempre più piccolo, l'auto sarà un piccolo mondo d'integrazioni.

■ **Come sarà quest'auto del futuro?**

■ Piccola, ecocompatibile e «strongly branded», ovvero con forte connotazione, un'auto di carattere. Aggiungerei anche un altro aggettivo: sorprendente, cioè un'auto che non ti aspetti che sia com'è.

■ **Ora ha preso il volo, ma che cosa significa per lei Roma?**

■ Sono romana da sette generazioni, Roma è la mia città natale, una città



Ilaria torna spesso a Roma: «Amo la mia città e non dimentico tutto quel che mi ha dato».

### III Master dell'Automobile

## La capitale dell'auto fa scuola

■ Parte a marzo la terza edizione del Master dell'automobile, corso di formazione postuniversitario per avviare i neolaureati al settore automotive. Curato dal Centro studi Fleet&Mobility, il master è organizzato in collaborazione con un gruppo di aziende del settore, che forniranno supporto formativo agli studenti. Il corso, dal costo di 8000 euro (sono previste borse di studio di 200 euro ciascuna), è aperto a neolaureati preferibilmente in Economia, Ingegneria, Statistica, Scienze della comunicazione, Giurisprudenza e Informatica, ma le iscrizioni sono aperte anche a coloro che, pur non laureati, abbiano esperienza in un'attività del settore automotive. Le lezioni si articoleranno in 1000 ore di teoria in aula e uno stage di tre mesi da effettuare presso una delle aziende partner. La prima parte del corso si concentrerà su materie di base dell'impresa (statistiche di mercato, analisi, finanza d'impresa, marketing e relazioni interne); poi si passerà ad approfondire competenze specifiche del settore (mercato, concessionarie, assistenza post-vendita,

energia e petrolio, leasing, noleggio). Dopo i primi quattro mesi in aula, gli studenti avranno un mese di tempo per effettuare una tesi di ricerca, per poi affrontare lo stage. Il corso ha al suo attivo un primato non secondario: tutti gli allievi che lo hanno frequentato finora (nella foto i partecipanti all'edizione 2008) hanno, infatti, trovato

collocazione professionale nel settore.

Tra i supporter del master ci sono imprese specializzate nel noleggio, come ALD Automotive, Arval, Avis, Europcar, Hertz, Leaseplan Italia, Maggiore, ma anche Case automobilistiche (Fiat e Chrysler), produttori di pneumatici (Pirelli), finanziarie (Compass) e aziende di trasporti (Atac).





Ilaria Sacco nei laboratori del Royal College of Art di Londra: qui si è svolta la parte creativa del master, con la realizzazione di maquette e modelli in scala.

che mi accoglie e mi abbraccia ogni volta che torno. Sicuramente se fossi rimasta nella mia città non sarei quello che sono ora e molto probabilmente non mi occuperei di Car design. Il Royal College of Art di Londra è stata la mia grande opportunità, ma non dimentico che tutto è iniziato alla Sapienza.

■ **Quando si pensa al Design in Italia, si pensa a Milano. Invece anche Roma offre molte possibilità ai giovani...**

■ Assolutamente sì: nella mia esperienza universitaria ho incontrato professori preparati ed entusiasti che sono stati fondamentali nelle mie scelte. Inoltre alcune importanti iniziative, come la rassegna Roma Design Più, promossa dall'università La Sapienza, danno la possibilità ai giovani di confrontarsi e appassionarsi.

■ **Quali auto, secondo lei, sono compatibili con la città eterna?**

■ A Roma il traffico è caotico, il parcheggio difficilissimo, le auto ideali per questa città devono essere piccole, più piccole possibili. La Smart ha aperto la strada (anch'io, prima di partire per Londra, ne possedevo una). Oggi penso alla Toyota «iQ», ma anche alla Pininfarina «B zero».

Mi piacerebbe che nel centro città si utilizzassero più auto elettriche.

■ **C'è ancora tra i giovani la passione per l'auto o la crisi li sta demotivando?**

■ I giovani sono ancora fortemente attratti dal settore automotive e dal Car design. Forse questo, però, risulta più evidente all'estero che in Italia. L'introduzione dei giovani nel mondo del Car design non è sicuramente semplice. Non basta la laurea e le esperienze internazionali fanno la differenza. Io sono entusiasta di quello che mi ha dato il Royal College of Art. Mi sono arricchita e non solo dal punto di vista professionale, ma anche, e soprattutto, nel confronto con le altre culture. È vero: stiamo attraversando un momento difficile, ma questa nuova fase dev'essere presa dal settore come stimolo per evolversi e puntare proprio su nuove energie e nuove idee: si deve fare affidamento sui giovani, che sono le vere risorse per il risanamento.

■ **Quali sono i suoi progetti futuri?**

■ Il mio sogno è quello di rimanere nel settore del Car design, crescere e orientare la mia attenzione sugli interni. Se hai veramente passione, questa è la mia convinzione, ce la puoi fare.

Roberta Marchetti

**Mondo auto**

**MB Italia: tante novità in azienda**

■ Dal mese di febbraio importanti cambiamenti interessano la filiale italiana della Casa della Stella: Gianluigi Riccioni (1), già responsabile del Fleet Management, assume anche l'incarico di direttore Vendite Mercedes-Benz e Maybach. Andreas Kleinkauf (2), invece, è il nuovo direttore Marketing Mercedes Benz Cars. Massimiliano di Silvestre (3) va a coordinare la nuova direzione Strategie Usato, creata per promuovere programmi e strategie per le vetture di seconda mano. Novità anche nel settore Comunicazione: Antonio Melidoni, già responsabile Marketing e Pubbliche relazioni di Mercedes Benz Roma, assume la responsabilità degli External Affairs di Mercedes Benz Italia. Paolo Lanzoni, infine, responsabile Press Relations, riporta ora direttamente a Bram Schot, presidente di MB Italia.



■ **Jaguar Italia: cambia il direttore vendite**

Alberto di Filippo è il nuovo direttore Vendite di Jaguar Italia. Di Filippo ha maturato una lunga esperienza nel settore automotive, lavorando dapprima in Renault Italia, quindi in Nissan. È entrato in Jaguar nel 1996, occupandosi di Formazione e Tecnica, diventando poi direttore Post-vendita. Dal luglio 2006 era passato a Jaguar Cars, a Gaydon, dove ha ricoperto il ruolo di Product Marketing Manager per la «XJ» e poi quello di European Regional manager.

■ **Nissan Italia: turn over nel management**

Nissan Italia ha annunciato due cambiamenti nell'ambito della direzione Vendita e Post Vendita. Marco Toro è il nuovo Sales General Manager e subentra ad Andrea Alessi, che ha lasciato l'azienda. Toro, 41 anni, dal 2006 era responsabile della direzione Post-vendita come After market sales manager. A sostituirlo ora in questo incarico è Achille Nicastrì, 43 anni, in Nissan dal 1992. Entrambi rispondono all'amministratore delegato di Nissan Italia, Bernard Loire.