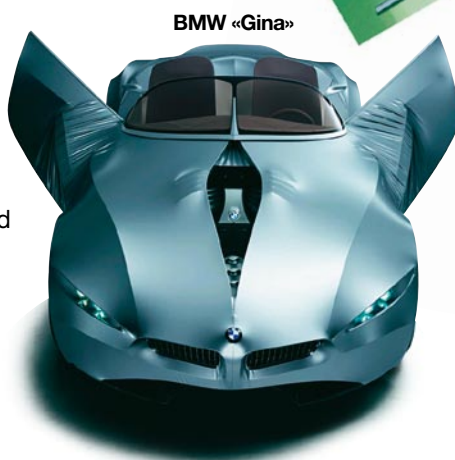


Senza freni / A che pensano le Case quando creano i nomi?

La chiameremo **Gina**

Se non ricordo male, fu Enrico Vaime, autore teatrale, radiofonico e televisivo, a sollevare il dubbio: ma quelli che comprano una «Orion» sono veramente come noi? Non credo che si riferisse alla qualità delle auto Ford, peraltro solidissime. Ma quel nome! Eh sì, ci voleva coraggio ad affrontare il traffico di Sesto San Giovanni o di Torre del Greco a bordo di una **Orion**, considerato che si chiamava così il modulo dell'Apollo16 disintegratosi in un punto imprecisato della Luna, un anno dopo la missione spaziale. Ecco perché ho apprezzato che la BMW di recente abbia voluto chiamare **Gina** un suo fantascientifico prototipo dalla carrozzeria di tessuto. Solo i bavaresi, saldamente ancorati alle tradizioni, potevano osare tanto: il più desueto dei nomi propri. M'è sembrato un modo anticonformista di coniugare futuro e passato. In effetti da noi l'ultima che fu battezzata Gina è la Lollobrigida. Correva l'anno 1927. Lo scollamento onomastico fra italiani e automobili è stridente. Stando agli ultimi dati dell'Istat sui nuovi nati, i nomi più diffusi sono Francesco, Alessandro e Andrea per i maschi, Giulia, Sara e Sofia per le femmine. Ma se penso ai veicoli sui quali impareranno a guidare, povere anime, mi viene freddo. Come faranno a decidersi fra **Cuore** e **Materia**, qualora la loro preferenza cadesse su Daihatsu? Che Sant'Agostino li assista. Forse sono ipersensibile a causa di un'esperienza negativa vissuta in Germania questa estate; lasciato per strada da un'auto nuova di zecca, m'è toccato raggiungere un'elegante località turistica sul Mare del Nord con una Chevrolet messami gentilmente a disposizione dalla concessionaria Diamant Autowelt di Flensburg. Purtroppo, la sostitutiva si chiamava **Rezzo** e, per rendere l'idea che marciava a gas, recava disegnato sulle fiancate un maiale verde. Figli festanti: «Grezzo, grezzo». Non il massimo come biglietto di presentazione in un hotel 5 stelle, specialmente per una famiglia d'italiani. La «Rezzo» da noi non è ancora arrivata. Nel frattempo la Chevrolet non s'è voluta far



“Siamo pronti a tutto: il restyling della «Sorento» si chiamerà... «Torna a Surlento»?”

LORENZETTO



■ **Stefano Lorenzetto**
Giornalista e scrittore, graffiante osservatore di costumi (e malcostumi) nazionali.



mancare la **Lacetti**. I copywriter che l'hanno nominata così si saranno ispirati ai «lacci e laccioli» di cui parlava il compianto Guido Carli, governatore della Banca d'Italia, o allo stilista Pino Lancetti? La seconda ipotesi, temo: il «made in Italy», si sa, nel mondo tira. Ma sarebbe grave se, per giocare sull'equivoco, avessero storpiato apposta il cognome del «sarto pittore» scomparso l'anno scorso. Sempre a proposito di consonanti sparite: dopo la Kia **Sorento** avremo anche un «Torna a Surlento» e il remake «La cieca di Sorento» in omaggio al film del '34 interpretato da Anna Magnani? E la **Picanto** sarà un tributo della stessa Kia al peperoncino rosso coltivato sulla penisola sorrentina o al Pikachu dei Pokémon? E la **Cerato**? Forse i coreani ignorano che il più grande impresario di pompe funebri sulla piazza di Milano si chiama Alcide Cerato, un tipo spassoso che usa presentarsi così: «Credo nell'aldilà, anche se vado poco a messa. In compenso partecipo a molti funerali». Da veneto, nutro un'umanissima comprensione per gli audaci che scelgono la Nissan **Murano**, suggestione marina che richiama alla mente l'isola ma anche la murena, e più ancora per quelli che optano per la **Qashqai** (si pronuncia «cashcai», mi dicono). Chissà quale sarebbe stato il commento di Sergio Saviane, corrosivo critico televisivo, se mi fossi presentato da lui con questo modello della Nissan, anziché con una Lexus «GS 300» come capitò l'ultima volta che lo scarrozzai fino alla locanda Da Lino a Solighetto. Immagino il dialogo in dialetto trevigiano che ne sarebbe seguito:



“Grazie Fiat: hai resistito alla tentazione di chiamare la «Campagnola» «Country»”

«Cass... Cass che?». Avrebbe senz'altro avvertito un'assonanza col «cascaingrembo» di Alberto Moravia, neologismo che aveva coniato per «uno scrittore che ha passato la vita a discorrere e a far baruffa col suo lui». Resto nei paraggi anatomici. La Suzuki **Jimny**, con la «n» (anziché con la «m» che uno s'aspetterebbe), più che la ginnastica a me ricorda la ginecologia, e comunque non mi sentirei troppo tranquillo neppure guidando una Suzuki **Splash**. Almeno il contadino Ferruccio Lamborghini aveva dichiarato con onestà le sue intenzioni: nato sotto il segno del Toro, raccomandò al tipografo Paolo Rambaldi di disegnargli sullo stemma della Casa un bovino nero con gli attributi in vista. «Dimostrerò a quel presuntuoso dell'ingegner Ferrari che le mie auto hanno i “quajon”», fu la sfida. Il pudico Rambaldi riuscì a convincerlo che per incarnare il Cavallino rampante del rivale di Maranello poteva bastare un toro nella posizione della veronica, figura tipica

della corrida. Fu così che nacquero «Miura-Jslero-Urraco-Jalpa-Diablo-Murciélago-Gallardo». La storia conta. Ma dietro le Porsche **Cayenne** e **Cayman** si fatica a intravedere la sagoma di Henri Charrière e il rischio, concreto, è che da Stoccarda ci arrivi presto una «Papillon». Datemi del retrogrado, però a me sembra così pratico chiamare le auto, almeno quelle, con numeri progressivi che ricordino la serie e la cilindrata, come fanno Audi e BMW, o con sigle alfabetiche, come fanno Jaguar e Lexus, o alfanumeriche, come Mercedes e Volvo. In alternativa, che almeno i creativi volino basso, sull'esempio della Fiat: «Punto», «Croma», «Bravo», «Multipla». Ora è tornata la «Campagnola»: ci mancherebbe altro che l'avessero denominata «Country» per aggiornarla ai tempi. Un eccentrico conte, mio amico, aveva proposto a Gianni Agnelli di chiamare «Voluntas» un'auto della Casa torinese. «Fiat Voluntas, non senti come suona bene? Ricorda il Pater noster», insisteva con me. L'Avvocato gli rispose attraverso lo scrittore Oddone Camerana, l'intellettuale della dinastia Agnelli, facendogli sapere che apprezzava molto l'idea e tuttavia per i nuovi modelli preferiva continuare a pescare in famiglie di nomi prestabilite da lungo tempo. Anglomane sì, ma con i piedi ben piantati sul suolo italico. Ho ripensato alla concretezza di Agnelli il giorno in cui, passando davanti al condominio dove ho abitato per anni, mi sono accorto che l'adiacente autofficina «Rigatelli Sergio e figlio» è stata ribattezzata «Motor System» dal figlio medesimo. Bei tempi quando i figli giocavano col Meccano e i padri andavano dal meccanico. ●●●●

Movie-car / Due DVD a elevato contenuto motoristico

L'R8 DI IRON MAN E L'ELETTRICA SCOMPARSA

Prima di consegnarne una a Ricardo Kaká, secondo Audi «l'attaccante più veloce del pianeta calcio», la Casa dei quattro Anelli aveva preparato un'altra «R8» speciale per «Iron Man», la migliore trasposizione cinematografica del celebre «Uomo di Ferro» a fumetti della Marvel. Chi ha perso i tesori nascosti nel garage-caveau del supereroe interpretato da Robert Downey jr, può dare un'occhiata al mini-sito (<http://microsites.audi.com/ironman>) o arricchire la propria videoteca con questo titolo (Paramount, 19,90 euro, Blu-ray 29,99), che nel cast annovera tante altre auto prim'attrici (Shelby «Cobra», Rolls-Royce «Phantom», Saleen «S7», Tesla «Roadster»). Se al fantasy preferite il documento impegnato, «Chi ha ucciso l'auto elettrica» (Sony Home Entertainment, 14,99 euro) è il film che fa per voi. In questo giallo

macchiato d'oro nero, fra misteri e intrighi economico-politici si va in scia a pellicole denuncia del tipo «Una scomoda verità» di Al Gore; la «vittima» si chiama «EV1», elettrica di dimostrate virtù prodotta, diffusa e poi ritirata da GM. Complotto ordito dall'industria del petrolio o fallimento vero? A gettare acqua sugli scottanti contenuti del primo titolo di una collana realizzata con materiali riciclabili, poche settimane fa ci ha pensato il Congresso americano, che ha stanziato 25 milioni di dollari in prestiti a basso tasso d'interesse per sostenere lo studio e la produzione di auto più pulite. La prima a beneficiarne potrebbe essere... la «Volt» di GM. Speriamo non diventi materiale per il sequel.



«Chi ha ucciso l'auto elettrica», Sony H.E., 89 minuti, 14,99 euro. **VOTO: 7**

«Iron Man», Paramount, 126 minuti, 19,90 euro.

F.X. **VOTO: 7,5**