

# Premi di Design – Concept Car Mazda

- Senku: "Most Beautiful Desig Concept," Festival Automobile International, Parigi, 2005.
- Kabura: Premio Aesthetic and Innovation Aword, Detroit Motor Show,2006.
- Ryuga: Louis Vuitton Classics Concept Award, Detroit Motor Show, 2008
- Team global design team: Grand Prix Du Design, Festival Automobile International, Parigi, 2008.

# **Indice: Laboratorio di Design 2008 di Mazda Europe**

## **1- Il mondo del design Mazda**

### **Il DNA del design Mazda**

**Design automobilistico: un unico processo integrato, dall'idea alla creazione**  
**Come viene progettata una vettura: 9 passaggi per delineare una Concept Car**  
**Design Mazda: dall'idea alla produzione**  
**Design avanzato Mazda: tre studi mondiali a getto continuo**

## **2- Nagare, un nuovo linguaggio di design**

### **Zoom-Zoom: l'interpretazione fisica dell'eredità del marchio Mazda**

**Come viene progettata una Mazda? Linee ed elementi che rendono tale una Mazda**

**Design degli interni: il futuro del design degli interni in Mazda**

**Colori e Rivestimenti: introdurre miglioramenti con nuovi materiali**

**Processo di design Mazda: la fusione fra arte e scienza**

**La storia e l'importanza del Flusso: la generazione Nagare**

**'Flusso' – Serie Mazda dal design Nagare**

**Concept Car Mazda Nagare – Salone dell'Automobile di Los Angeles 2007 (Ottobre 2006)**

**Concept Car Mazda Ryuga – Salone Internazionale dell'Automobile del Nord America 2007**

**Concept Car Mazda Hakaze – Salone dell'Automobile di Ginevra 2007**

**Concept Car Mazda Taiki – Salone dell'Automobile di Tokyo 2007**

**Concept Car Mazda Furai – Salone Internazionale dell'Automobile del Nord America 2008**

## **3- La gente di Mazda – Lo spirito Mazda**

**Laurens van den Acker, direttore generale, Divisione di Design, Mazda Corporation**

**Peter Birtwhistle, capo progettista, Ricerca e Sviluppo Mazda, Europa**

**Franz von Holzhausen, direttore del design, Attività Mazda in Nord America**

**Atsuhiko Yamada, capo progettista, Responsabile / Gruppo di Design Preliminare, Divisione di Design, Yokohama**

# 1- Il mondo del design Mazda

## Il DNA del design Mazda

Per riuscire a dare una nuova identità al design Mazda, Laurens van den Acker ed il suo Team di design hanno dovuto racchiudere e migliorare l'importante eredità e gli elementi identificativi del marchio all'interno del futuro DNA del design. Ma che cos'è il DNA del design?

Come suggerito dal nome stesso, non è molto diverso dal corredo genetico umano. Con DNA del design si intendono i mattoncini di base che rendono riconoscibile una vettura dalle altre. Si tratta di elementi di design volti a garantire che una vettura condivida caratteristiche visive con altri veicoli della stessa famiglia, distinguendosi da altri marchi e da altri prodotti. Ne fanno parte tutte quelle caratteristiche visive che accomunano una famiglia di vetture, in questo caso gli elementi che fanno in modo che una Mazda venga riconosciuta come tale.

Di norma, questi elementi comprendono l'aspetto e la forma della griglia, l'angolo del tetto e la forma dei fari, ed anche i gruppi ottici posteriori. Possono anche comprendere la modanatura in un pannello della carrozzeria, la forma di un finestrino o addirittura l'insolito design dei cerchi, che riconducono a livello visivo ad una marca automobilistica. Se questi sono gli ingredienti fondamentali del design, allora il fatto di abbinarli fra loro con abilità, e grazie ad un lavoro ben eseguito dovrebbe portare alla realizzazione di nuove vetture diverse ed uniche, che fanno parte della stessa casa. In questo caso, l'obiettivo è quello di creare una famiglia di vetture belle, tutte univocamente diverse e riconoscibili come Mazda.

## **Design automobilistico: un unico processo integrato, dalla concezione alla creazione.**

In Mazda, lo sviluppo delle Concept Car svolge un ruolo fondamentale nell'intensificare la percezione del marchio da parte dei consumatori e rappresenta un'opportunità fondamentale per comunicare nuove idee e valutare la reazione dei consumatori.

Raramente, o forse solo qualche volta, i primi elementi di una Concept Car hanno origine direttamente nello studio del designer. Nelle fasi preliminari lo sviluppo di una Concept Car inizia con una "Strategia Avanzata Prodotti (APS)", attraverso riunioni del Team strategico costituito da membri dei Team di design, del marketing ed ingegneri.

Questa pianificazione strategica parte da ricerche sui nuovi stili di vita dei consumatori e sulle future tendenze automobilistiche per determinare i requisiti di mercato e la potenziale accettazione della Concept Car.

Spesso la ricerca preliminare implica il documentarsi sulla natura degli stili di vita dei consumatori attraverso l'osservazione, informandosi su come i consumatori utilizzano e quali sensazioni provano alla guida delle loro vetture. Unendo queste informazioni ai dati di mercato, che indicano le abitudini di acquisto dei consumatori, il Team APS è in grado di valutare la potenziale commerciabilità delle future vetture. A questo punto, il Team APS è in grado di creare una strategia di design e di sviluppo per una nuova Concept Car, restando fedele al marchio Mazda e soddisfacendo gli obiettivi strategici della Concept Car.

Grazie a professionisti esperti in materia ingegneristica, pianificazione e design che lavorano tutti insieme come un unico team, il processo di sviluppo del design viene migliorato. In questa fase vengono create le istruzioni complessive ed ha inizio lo sviluppo della Concept Car nel suo complesso.

A partire da questo momento, i progettisti lavorano con gli ingegneri addetti all'allestimento per sviluppare la Concept Car, verificando che soddisfi le esigenze dei consumatori finali. I progettisti iniziano a creare bozze per l'eventuale Concept Car, fase che viene denominata "Generazione della Concept Car". In questa fase, il design viene considerato più 'libero', le bozze sono pura invenzione e si valutano una serie di idee, che comprendono proporzioni e forme ed anche ricerche più dettagliate di grafica e di aspetto delle superfici. I progettisti prendono in considerazione i limiti degli allestimenti e quelli dovuti alla piattaforma ed ai 'punti difficili' del veicolo, le fondamenta stesse del veicolo, ossia il telaio ed il gruppo motopropulsore, che vengono scelti dagli ingegneri e che spesso provengono da un'auto donatore'.

Una volta deciso il design, vengono sviluppate ulteriori bozze, che comprendono diversi punti di vista della vettura e dettagli di interni ed esterni. A questo punto, ha inizio lo sviluppo del modello tridimensionale in gesso della Concept Car. Si prosegue poi con la creazione del modello digitale tramite l'utilizzo di tecniche di design al computer, ai fini di valutare il veicolo da diverse angolazioni, spesso in ambienti diversi e con differenti condizioni di luce.

I progettisti degli interni iniziano a creare il design degli interni per la Concept Car, lavorando a stretto contatto con specialisti del colore e dei rivestimenti che a loro volta sviluppano tavolozze e schemi di colori, comprendenti nuovi tessuti e materiali. Una volta che è stato identificato il design degli interni, ha inizio la creazione digitale del modello per avere un aspetto tridimensionale ed, in definitiva, tutti i dati necessari alla realizzazione .

A questo punto, vengono sviluppate le componenti interne ed esterne del prototipo per la realizzazione definitiva della Concept Car. Di solito, viene assemblata negli studi di design, oppure fuori sede presso un fornitore specializzato nella costruzione di Concept Car e di prototipi.

Questo processo di sviluppo implica centinaia di passaggi prima di realizzare con successo un modello tridimensionale in scala reale e la fedele riproduzione delle bozze originali eseguite dal Team di design della vettura. Per le Concept Car, di norma, questo processo richiede dai 12 ai 18 mesi. Qualora la Concept Car dovesse essere messa in produzione, potrebbero essere necessari anche cinque anni prima che la vettura prodotta in serie possa arrivare sul mercato.

### **Come progettare una vettura: 9 passaggi per delineare una Concept Car**

Quasi tutti i progetti automobilistici hanno inizio da bozze di design. Nonostante l'approccio possa avvenire da un gran numero di prospettive, la più facile da gestire e la più rapida da

realizzare è la Prospettiva chiamata "One-Point". ed è proprio da questa che ha inizio la creazione a cura della maggior parte dei progettisti.

#### Fase 1 – le basi

Usando una matita, iniziate tracciando una linea a terra, posizionate le ruote e create una linea di spalla. È importante mantenere leggero il tratto, in modo da poter cambiare facilmente le cose e correggere gli errori man mano che proseguite con il disegno, senza dover sottostare al desiderio di ricominciare tutto da capo.

#### Fase 2 – proporzioni approssimative

Tracciate le proporzioni approssimative della vettura, di quella che diventerà la struttura della carrozzeria, utilizzando una linea centrale e le aperture dei finestrini.

#### Fase 3 – definizione della struttura della carrozzeria

Delineate il bordo superiore della carrozzeria della vettura a partire dal paraurti posteriore, poi lungo il tetto e giù fino al paraurti anteriore. Tenete conto che quanto più la linea del tetto è vicina alla linea centrale, tanto meno è intensa la curvatura.

#### Fase 4 – aggiunta di dettagli

Una volta soddisfatti della forma e delle proporzioni generali della vostra vettura, potete iniziare ad aggiungere dei dettagli come paraurti, fari e ruote.

#### Fase 5 – consolidamento dei dettagli

Questa sarà la fase finale prima di aggiungere il colore. Se vi piace il modo in cui sta progredendo il vostro disegno, allora potete aggiungere altri dettagli, definendo la consistenza della superficie ed il design delle ruote.

#### Fase 6 – aggiunta di ombre e effetti luce

Se siete soddisfatti del vostro disegno, allora potete iniziare ad inserire alcune ombre in finestrini e ruote utilizzando un pennarello. Tenete presente che se rendete più scure le ruote anteriori rispetto a quelle posteriori, vi sarà più facile dare la sensazione di movimento.

#### Fase 7 – orizzonte e sfondo

Questa è una fase che richiede un po' di coraggio. Prendete un pennarello colorato ed iniziate a delineare il riflesso della luce sui finestrini e sulla superficie della carrozzeria. Concentratevi su dove si trova la linea dell'orizzonte dietro di voi ed immaginate come verrebbe rispecchiata dalle superfici del veicolo, così come lo sfondo alle vostre spalle.

#### Fase 8 – aggiunta del colore

Applicate il colore, con pennarelli o con pastelli che avete scelto, lungo tutta la lunghezza della struttura della carrozzeria, centrandolo proprio al di sotto della linea di spalla. Tenete presente che è meglio scegliere un colore simile a quello utilizzato in precedenza.

#### Fase 9 – rifinitura

Eccoci alla fase finale. Prendete una gomma e cercate di capire quali superfici sono rivolte verso l'alto. Se doveste averle colorate per sbaglio, cancellate ogni eccesso. Ciò vi consentirà di dare al disegno un aspetto tridimensionale.

### **Design Mazda: dall'idea alla produzione**

Nella maggior parte dei casi, le Concept Car offrono un'anteprima sul design dei futuri modelli che saranno prodotti in serie. Qui di seguito vengono forniti due esempi di un'evoluzione di questo tipo:

### **Dalla Concept Car Ibuki a Mazda MX-5 (3ª generazione)**

Prendendo ispirazione dall'aspetto e dalla forma del design originale di MX-5 del 1990, Mazda ha lanciato l'esclusiva Concept Car Ibuki al Salone dell'Automobile di Tokyo del 2004.

Con il suo significato, 'infondere nuova energia', il termine Ibuki suggeriva il segreto della Concept Car, ossia il fatto che si trattava proprio della nuova MX-5, tuttavia sulla stampa mondiale era stato riportato che qualunque legame sarebbe stato meramente teorico.

In effetti, il tema di design ovoidale di Ibuki, che era evidente in tutta la vettura, sarebbe davvero diventato il tema del design della successiva generazione di Mazda MX-5, lanciata al Salone dell'Automobile di Ginevra del 2005. I gruppi ottici anteriori ovoidali ed i passaruote pronunciati, oltre alle superfici nette, ordinate e ben definite, in definitiva sarebbero stati tutti elementi visibili sul veicolo finale. Anche negli interni la MX-5 prodotta in serie ha mantenuto alcuni elementi del design di Ibuki, come il volante di guida a tre razze, la consolle centrale ovoidale, il robusto tunnel centrale e le maniglie rettangolari per l'apertura delle porte.

Inoltre, nella Concept Car Ibuki, Mazda ha spostato tutto il gruppo motopropulsore in basso e verso la parte posteriore, per abbassare ed avvicinare il baricentro al centro della vettura. L'obiettivo è stato quello di migliorare il bilanciamento e la maneggevolezza, mantenendo una ripartizione del peso di 50/50. La Concept Car presentava sbalzi estremamente brevi, risultando di ben un piede più corta rispetto alla Mazda MX-5 prodotta in serie in quel periodo.

Al momento del lancio della successiva MX-5, la vettura prodotta in serie ha sfoggiato sbalzi più brevi ed una migliore maneggevolezza.

### **Dalla Concept Car Sassou a Mazda2 (2ª generazione)**

La Concept Car Mazda Sassou presentata al Salone dell'Automobile di Francoforte del 2005 suggeriva già quale aspetto avrebbe avuto la nuova vettura Mazda del segmento B di nuova generazione.

Concepita presso il centro di design Mazda di Oberursel, in Germania, Sassou è un termine che in giapponese significa "essere ottimista".

La Concept Car era stata concepita per piacere ai giovani che stavano per acquistare la loro prima vettura, studiando quello che i giovani stessi avrebbero voluto da una vettura in termini di tecnologie future. Come conseguenza di questa ricerca, gli interni di Sassou sono stati realizzati sul concetto di 'illuminazione' ed un'idea di connettività interattiva, con il sistema di intrattenimento e di personalizzazione della vettura caricabile sul un disco fisso all'interno attraverso una chiavetta USB.

Nonostante gli interni abbiano contribuito al successo della Concept Car, è stato il design degli esterni a prevalere nella realizzazione della futura Mazda2 prodotta in serie. Sassou presentava molte caratteristiche del design Mazda che sarebbero state evidenti sul successivo modello Mazda2 prodotto in serie, compresa la forma complessiva, le

modanature superficiali e la parte anteriore, con l'ampia e sportiva griglia a cinque punte, così come il cofano, a sua volta un'evoluzione della parte anteriore di Mazda RX-8.

### **Design avanzato in Mazda: quattro centri mondiali che lavorano a pieno ritmo**

Il merito del successo del design Mazda a livello mondiale, è dovuto a quattro centri mondiali di design, situati ad Irvine, in California, ad Oberursel, nei pressi di Francoforte in Germania, a Yokohama e ad Hiroshima, in Giappone, tutti sotto la direzione di Laurens van den Acker.

Si tratta di una sfida straordinaria, che non va sottovalutata anche solo in termini di comunicazione. Laurens van den Acker lavora presso la sede centrale mondiale dell'azienda, situata ad Hiroshima, in Giappone, e trascorre molto tempo viaggiando fra i vari centri.

Tutti e quattro i centri Mazda svolgono un ruolo fondamentale nella creazione di idee per le future direttive del design. Semplificando, ciascuno dei centri si focalizza sulla creazione di prodotti per i propri mercati locali. Ad Irvine, il centro design Mazda del Nord America lavora su vetture e su Concept Car per il Nord America, sotto la direzione di Franz von Holzhausen. A Francoforte, il centro di Peter Birtwhistle si concentra sulle vetture per l'Europa. Invece, tornando in Giappone, a Yokohama, sotto la direzione di Atsuhiko Yamada, le energie vengono concentrate su prodotti destinati all'Asia, in collaborazione con la sede centrale del design di Hiroshima, da cui proviene la strategia globale di design e la relativa integrazione di tutti gli aspetti tecnici.

La situazione si fa più complessa quando un prodotto, destinato ad uno specifico mercato, viene realizzato da un diverso centro di design utilizzando idee provenienti dai vari centri mondiali di design. Ne deriva che ciascuno dei centri è concentrato a livello mondiale, ma ha competenze locali. Questa situazione porta ad un ambiente sano ma anche competitivo, con una sana rivalità nell'ambito del Team di design mondiale, ma riuscendo anche a garantire una grande apertura con conseguente miglioramento dei processi di lavoro.

Ogni centro lavora in tre ambiti diversi, creando Concept Car, realizzando veicoli da produrre in serie e studiando anche come migliorare i futuri veicoli Mazda. Sono tutti aspetti che andranno ad influire in modo cruciale sul design. Ma, forse, è il terzo aspetto ad essere il più importante, perché costringe a porsi la domanda 'dove siamo diretti e cosa dobbiamo fare per arrivarci?'

Di norma, è questo 'terzo aspetto' che influisce maggiormente sull'architettura e sull'allestimento del veicolo. Ha inizio come filosofia e porta poi a domande fondamentali tipo 'come costruiremo queste vetture e di cosa saranno fatte?'

Di solito è il centro di design situato geograficamente più vicino ai centri per la produzione in serie, di engineering e di pianificazione avanzata a trascorrere la maggior parte del tempo concentrandosi su come e dove costruire una vettura. Questo lascia più tempo a disposizione per creare Concept Car ed altri lavori 'sperimentali' nei centri secondari. Tali centri sono fondamentali nello sviluppo delle vetture, semplicemente perché hanno più tempo per porsi domande che il loro 'cliente', la sede centrale del design, potrebbe addirittura non avere ancora fatto.

Sotto la direzione di van den Acker, ciascuno dei centri viene incoraggiato a 'spingersi oltre' con l'immaginazione, esplorando idee e concetti futuri.

## 2- Nagare, un nuovo linguaggio di design

### **Zoom-Zoom: l'interpretazione concreta dell'eredità del marchio Mazda**

Quando Mazda al Salone dell'Automobile di Los Angeles nel 2006 aveva presentato la Concept Car Nagare, quest'ultima si era immediatamente rivelata diversa da qualunque Concept Car mai vista prima, grazie al suo linguaggio formale esterno fatto di linee superficiali dalla consistenza particolare ed alla netta e futuristica forma a cuneo.

A prima vista, la vettura sembrava rappresentare un cambiamento radicale rispetto alle tre Concept Car che l'avevano di poco preceduta, ossia Sassou, Senku e Kabura, e nessuno, nemmeno lo stesso Team di design Mazda, poteva immaginare quanto sarebbe stato forte l'impatto di questa nuova filosofia di design in tutto il mondo automobilistico.

Il precedente trio di Concept Car, vincitrici di vari riconoscimenti, aveva entusiasmato il pubblico nei saloni automobilistici di tutto il mondo nel 2005 e nel 2006, mostrando un nuovo ed energico impegno da parte di Mazda verso un design che fosse al tempo stesso entusiasmante e attuale. Ma con la presentazione della Concept Car Nagare, è avvenuta la vera svolta. Si è trattato – infatti -- della presentazione più straordinaria che qualunque azienda automobilistica avrebbe mai potuto organizzare.

Ma perché un mutamento così radicale, quando le ultime Concept Car avevano avuto già così tanto successo? Franz von Holzhausen, Direttore del Design Mazda per il Nord America, lo ha spiegato in questo modo:

“Mazda vanta una gamma di prodotti molto forte, ma avevamo intuito che, per il futuro del marchio, avevamo bisogno di creare un linguaggio di design tale da sottolineare l'esistenza di un legame emotivo con le vetture, nello stesso modo in cui il concetto di Zoom-Zoom esprime un legame emotivo con le vetture in movimento. Le tre Concept Car avevano immaginato ed esplorato idee che sarebbero entrate a far parte della filosofia del “design del Flusso”. Nagare si è davvero evoluta rispetto a queste Concept Car, da quando Laurens ha suggerito che dovevamo essere ancora più determinati, andando ben oltre quanto avessimo mai fatto prima.”

Il DNA del marchio, le componenti filosofiche a partire dalle quali viene costruito un veicolo Mazda, tutto questo può essere riassunto in una serie di aggettivi: 'Zoom-Zoom', 'giovane', 'elegante', 'brioso', 'intuitivo', 'emozione in movimento', 'innovativo'. Sono tutti aggettivi che, nel corso degli anni, sono stati direttamente associati al marchio, mentre, allo stesso tempo le vetture Mazda venivano acclamate anche per la loro eccezionale funzionalità, maneggevolezza ed eccellenti prestazioni di guida.

“Abbiamo analizzato tutti questi aggettivi e ci siamo chiesti se in Mazda venivano davvero espressi anche a livello visivo attraverso il design,” ha spiegato Franz von Holzhausen. “Le nostre vetture erano straordinarie a livello dinamico ed apprezzate per le proporzioni, ma a livello visivo perceivamo che c'era ancora del lavoro da fare. È quindi arrivato il momento

di preparare l'evoluzione del design di domani. La Concept Car Nagare mostra il cammino per farlo.”

Il Team di design si è riproposto di scoprire qualcosa che fosse davvero nuovo ed attuale per il nostro design, in termini di un'estetica che possa definire una Mazda come tale, comunicando il marchio a livello visivo, e che possa diventare qualcosa di “distintivo” dal punto di vista del design.

Sotto la direzione di Laurens van den Acker, il Team di design ha accettato una sfida: cogliere lo spirito che guida Mazda, insito nello Zoom-Zoom, con l'obiettivo di mettere in rilievo le caratteristiche fondamentali del marchio a livello visivo, anche nel momento in cui le vetture sono ferme.

Il risultato è stato Nagare, in Giapponese “Flusso”, un innovativo e completo linguaggio di design per le vetture Mazda.

\*La Concept Car Mazda Senku si è aggiudicata il premio Grand Prix du Plus Beau Concept Car al 21° Festival Automobile International di Parigi nel 2006. La Concept Car Mazda Kabura ha vinto il premio per l'Estetica e l'Innovazione al Salone dell'Automobile di Detroit.

### **Come progettare una Mazda? Le linee e gli elementi che rendono tale una Mazda**

In base al linguaggio formale emergente di Mazda, Nagare (o Flusso), sono molti gli elementi di design che contribuiscono a definire un veicolo.

Il più evidente è il trattamento stesso della superficie, che suggerisce il flusso dell'aria o di un liquido sulle fiancate dei veicoli. Questo emerge in maniera evidente in tutte le Concept Car Nagare. Il design delle loro superfici ha una consistenza in grado di giocare con la luce, come se la vettura stesse attraversando velocemente l'aria, e contribuisce a suggerire le caratteristiche dinamiche dei veicoli. Queste superfici variano a seconda del tipo di vettura, della sua forma e delle sue caratteristiche, come possiamo facilmente riscontrare nelle Concept Car. Infatti, nonostante siano diverse una dall'altra, mantengono elementi comuni.

Un ulteriore elemento, ben definito ed importantissimo, è la griglia a cinque punte di Mazda, che differisce da un veicolo all'altro, mantenendo comunque una forte “aria di famiglia”. La forma ed il design della griglia dipendono - anche in questo caso - dalla necessità di adeguarli (come dimensioni e forma) all'aspetto globale del veicolo.

Altri elementi sono evidenti nei cofani, nei passaruote in stile RX-8 e nei trattamenti dei gruppi ottici anteriori e posteriori di ciascuna delle Concept Car.

Tali elementi, insieme alla particolare forma a cuneo delle Concept Car, sono mattoncini fondamentali per la costruzione del design di Flusso.

### **Design degli interni: il futuro del design degli interni in Mazda**

Fino ad oggi, i designer Mazda si sono soprattutto concentrati sull'evoluzione del linguaggio formale esterno Nagare. Questo è facilmente riscontrabile negli evidenti progressi di design nelle cinque Concept Car. Ma, come ha spiegato Laurens van den Acker, la concentrazione si sta adesso spostando sul modo in cui trasferire il Flusso agli interni dei futuri veicoli Mazda.

“Gli interni richiedono un approccio differente, dal momento che si tratta di un insieme di elementi. Stiamo maturando in modo naturale questo linguaggio, affrontando lo sviluppo degli interni con l’obiettivo di ottenere una filosofia olistica.”

“Lo sviluppo degli interni si sta concentrando su tre aspetti fondamentali: orientamento del conducente, leggerezza (molto importante per Mazda) e Flusso. L’idea è quella di fare in modo che l’abbinamento di questi tre aspetti riesca a far diventare unici i nostri interni, rendendo le nostre vetture univocamente Mazda. Potrete obiettare che già altri marchi hanno un orientamento particolare del conducente e che stanno cercando anch’essi di essere leggeri. Ma solo Nagare abbinato agli altri due aspetti può realmente definire una Mazda.”

L’obiettivo è quello di generare un DNA del design per gli interni simile a quello che il Team di design ha identificato per l’esterno dei futuri veicoli Mazda, in modo che anche gli interni siano coerenti con la futura gamma di prodotti .

L’orientamento del conducente è un punto fondamentale su cui concentrarsi in quanto l’anima di tutte le Mazda dovrebbe avere l’essenza di una vettura sportiva. Si tratta di una caratteristica fondamentale del marchio. Il secondo aspetto risiede nell’ambito dell’interpretazione intellettuale di ‘leggerezza’ come futuro valore del marchio.

Secondo Laurens van den Acker, gli aspetti della leggerezza Mazda sono quattro:

“Il primo aspetto è quello di creare leggerezza a livello visivo: le cose devono avere un’aspetto’ leggero. Ciò può essere ottenuto creando ‘superfici fluttuanti’, forme dall’aspetto sottile, aperture, ecc. Il secondo aspetto è la leggerezza a livello fisico: gli elementi e le parti interne devono ‘essere’ il più leggeri possibile, in termini di peso. Il terzo aspetto è quello della leggerezza mentale, e si tratta dell’aspetto più divertente perché davvero non vogliamo fare troppo i seri. Con lo spirito Zoom-Zoom siamo più giovani nell’animo, dobbiamo quindi assicurarci di mantenere quel guizzo di divertimento nello sguardo. Il quarto aspetto è la leggerezza sostenibile, ossia l’aspetto ambientale. ‘Non lasciate impronte dopo il vostro passaggio, camminate mantenendo leggero il passo, ecc.’ Ovviamente, la scelta di materiali e processi responsabili, riciclo, ecc. ricoprono un ruolo importante.”

Questa filosofia di leggerezza è straordinariamente lungimirante. Van den Acker ritiene che nell’ambito di un mondo sempre più stressante, la nostra capacità di trarre piacere dal guidare una Mazda può avere molto a che fare con la purezza e la serenità delle forme dei suoi interni, proprio come con la sua dinamica di guida.

In termini di leggerezza, Nagare significa anche meno pesantezza, e meno staticità visiva: “Flusso significa anche non essere infastiditi da troppe informazioni, ottenendo quelle giuste solo quando se ne ha realmente la necessità. Abbiamo bisogno di un po’ di meno, e non di un po’ di più. I nostri interni avranno un aspetto davvero semplice, con alcune zone dedicate alle informazioni ed alla tecnologia. L’obiettivo finale è quello di avere degli interni, creati a partire dal Flusso, che risultino rasserenanti.”

Possiamo quindi affermare che Nagare, anche dal punto di vista degli interni, è privo di stress e di ansia. Questo è altrettanto cruciale, nel nuovo approccio di design Mazda, quanto la consistenza delle superfici esterne.

**Colori e Rivestimenti: orientamento verso nuovi materiali**

Riuscire con successo a creare interni Fluidi, con la leggerezza a livello visivo descritta da Laurens van den Acker, dipende anche da modalità nuove ed innovative nell'utilizzo dei materiali.

Su questo aspetto, il Team di design Mazda sta lavorando duramente: l'obiettivo è quello di sviluppare un approccio rivoluzionario sia nei confronti delle forme esterne ed interne che nella scelta dei materiali.

Forme semplici che risultino fluide sia per l'aspetto che per la funzionalità, nell'ambito dei vari componenti, richiederanno cambiamenti radicali nel design degli interni e potrebbero necessitare di complesse tecniche di produzione. L'idea di avere componenti interni, (separati e distinti per convenzione nelle vetture di produzione attuale) che ora, invece, fluiscono uno nell'altro, richiederà una rivoluzione nel creare e produrre le forme giuste: un esempio? Il quadro strumenti che fluisce nella consolle centrale e poi nei sedili anteriori, abbinandovi tuttavia elementi funzionali e tecnici, come i comandi del climatizzatore e l'impianto stereo.

Mazda sta già sviluppando materiali avanzati conformi alle sue responsabilità ambientali. Le bioplastiche, per la cui produzione viene emessa meno CO2 rispetto alla produzione di quelle convenzionali, hanno già dato forma agli interni della Concept Car Taiki ed il lavoro prosegue per portare questi materiali, ed altri ancora, nei veicoli prodotti in serie. Riuscire a farlo pur preservando la semplicità funzionale e la chiarezza ergonomica, e mantenendo inoltre interni perfettamente compatibili con i passeggeri, sereni e sensuali, è una sfida che dipenderà da un approccio innovativo nell'uso dei colori e dei materiali. Come ha spiegato Laurens van den Acker:

“Applicando il pensiero Nagare, il Flusso diventa il modo in cui un oggetto fluisce in un altro, proprio come una forma interna, ad esempio un quadro strumenti, potrebbe diventare un sedile, come accade in Taiki, o come il sistema di informazioni per il conducente fluisce nell'interno della vettura ed il modo in cui ciò viene gestito: ed è solo l'inizio di questo nuovo orientamento. Invece di fare come in una macchina da scrivere, in cui ogni tasto ha una propria funzione, stiamo iniziando a collegare tutti questi elementi. In realtà, tutto è comunque collegato. Tuttavia, in Nagare il legame emotivo e visivo sarà creato anche attraverso l'uso di colori e di materiali.”

### **Processo di design Mazda: la fusione fra arte e scienza**

“La cosa più interessante per quanto riguarda il design Mazda, in termini della tecnologia utilizzata per realizzarlo, è che 20 anni fa tutto ciò non sarebbe stato possibile,” ha spiegato Peter Birtwhistle, responsabile del design di Mazda Europe. “all'epoca, la complessità e la sottigliezza delle superfici, anche se affidate alle mani dei più qualificati realizzatori di modelli in gesso, ci avremmo impedito di realizzare molti elementi a mano.”

Tradizionalmente, nel corso del processo di design della vettura, un progettista inizierebbe a delineare un bozzetto, realizzando poi un piccolo modello in gesso degli esterni, prima di arrivare a modelli in gesso più grandi nella fase di approvazione definitiva. I modellisti altamente qualificati lavorano quindi su modelli in gesso in scala reale per realizzare un ‘veicolo’ quasi a dimensioni naturali. Questo processo è stato utilizzato per generazioni di vetture, ma negli ultimi anni l'integrazione di processi di design digitale ha fatto cambiare il modo in cui si sviluppano le vetture. Malgrado i metodi differiscano per alcuni aspetti da un costruttore automobilistico all'altro, le vetture vengono create sempre più con il computer (o trasferite su di esso partendo da iniziali schizzi a 2 dimensioni) utilizzando software per

il design digitale. In definitiva, tale software consente di trasformare dei dati matematici in formato 3D partendo da un disegno bidimensionale. Queste informazioni vengono abbinate alle informazioni tecniche, come ad esempio quelle sui componenti esistenti, compresi telaio e trasmissione, noti come i “punti difficili”, per creare un ‘modello realistico’ in 3D prima di dover intagliare un modello in gesso, un’operazione che necessita di molto tempo. In questa fase, tali dati possono essere esportati in una fresatrice multiassiale in grado di realizzare un modello in gesso in scala reale, del tutto simile al veicolo, contenente le stesse complessità del design originale. In definitiva, questi dati possono essere utilizzati per creare veri e propri componenti automobilistici e stampi per utensili destinati al processo di produzione.

Attualmente, le superfici complesse potrebbero essere realizzate solo in modo digitale. Questo perché risulta più facile progettare e realizzare superfici nette e ben definite, rispetto a forme dalla consistenza complessa. Tutto ciò, in Mazda, è abbinato ad una comprensione della tecnologia raramente riscontrabile fra i progettisti automobilistici ed all’integrazione di processi di design e di engineering con l’assistenza avanzata del computer, e questo significa che Mazda possiede tutte le capacità tecniche per trasferire le idee di design sul mercato.

“Se lo scomponete fino alle forme più semplici, non è molto più complicato da farsi rispetto alla fabbricazione effettiva” ha affermato Franz von Holzhausen, “ma la realizzazione delle varie consistenze sarà fondamentale, in quanto tutti gli elementi fanno parte di un linguaggio di design esclusivo Mazda, una vera e propria firma.”

“Ogni Concept Car che abbiamo realizzato è stata un processo di apprendimento.” ha spiegato Laurens van den Acker. “Abbiamo lavorato con alcuni degli ingegneri più intraprendenti del mondo. Esiste una lunga storia di innovazioni di questo genere in Mazda. È il sogno di tutti i progettisti, avere degli ingegneri che abbiano tanta voglia di realizzare quello che sognano. Dobbiamo lavorare a strettissimo contatto con i nostri ingegneri ed i nostri fornitori. A bordo ci devono essere proprio tutti.”

### **La storia e l’importanza del Flusso: la generazione Nagare**

Dopo tanto “brain storming”, un vero tumulto di idee creative, con la realizzazione di bozzetti, schizzi, ricerche e studi di fattibilità, è nato il linguaggio di design Nagare, impersonato nella Concept Car Nagare: ma da dove è arrivato e come si è evoluto?

Il Team di design ha iniziato osservando le qualità dinamiche tipiche dei veicoli Mazda. Fra loro, nessuna riassumeva meglio Mazda quanto ‘emozione in movimento’, l’impegno Mazda nel realizzare veicoli in grado di offrire una purezza di divertimento quasi infantile attraverso la semplice gioia data dalla guida di un’auto.

Ore di discussioni hanno confermato, da parte del Team di design, che Mazda riusciva a dare con le proprie vetture, anche da ferme, la stessa emozione di quando erano in movimento.

“Per trovare l’ispirazione, ci siamo rivolti alla natura, concentrandoci su immagini di movimento create da forze come il vento e l’acqua,” ha spiegato Laurens van den Acker. “Queste linee di flusso naturali si traducono tutte in una sensazione intuitiva di movimento.”

“Volevamo creare vetture che dessero una ‘sensazione istantanea’ di tale movimento naturale,” ha spiegato Laurens van den Acker. “Ci siamo resi conto che il settore automobilistico è uno dei pochi a non aver ancora attinto tali spunti straordinari dal panorama circostante. L’architettura, la moda ed il design di prodotti si sono già tutti appropriati di tali elementi naturali. C’erano quindi per noi grandi opportunità di interpretarli per il design Mazda.”

“Il nostro nuovo design per le superfici è incentrato sulla vettura,” ha aggiunto Franz von Holzhausen. “Dopo aver studiato l’approccio architettonico, che tende ad essere estremamente rigoroso, e l’approccio organico, che è estremamente fluido, abbiamo creato Nagare per sovrapporre le due discipline. È fluido, aggraziato e dinamico. Ma il messaggio che trasmette allo spettatore è quello di movimento fluente.”

A questo punto, i progettisti Mazda hanno iniziato ad esplorare la possibilità di realizzare superfici con una consistenza particolare: come se le superfici delle vetture fossero state scolpite in modo naturale dall’aria o dall’acqua. Il Team di design Mazda ha cominciato a sviluppare un linguaggio delle superfici per descrivere a livello visivo la propria filosofia di Flusso. Proprio come negli elementi naturali da cui aveva tratto ispirazione, il Team desiderava comunicare la potenza nuda e cruda del movimento anche quando le vetture erano ferme, come ha spiegato van den Acker:

“È stato nella transizione dall’osservazione del movimento in natura, come espressione di energia, alla sua applicazione ad un oggetto realizzato dall’uomo, come una vettura, che abbiamo scoperto quanto fosse profondamente entusiasmante e logico questo nuovo approccio creativo. Questa rivelazione ci ha consentito di proseguire, creando uno dopo l’altro dei design straordinari ed unici.”

Il design automobilistico convenzionale esige che i pannelli della carrozzeria delle vetture siano costituiti da superfici armoniose, nette e ben definite. Il Flusso, invece, è come un’increspatura, un effetto d’onda, lungo la superficie del metallo.

“Il linguaggio superficiale di Nagare si contrappone al pensiero del design convenzionale fatto di superfici nette e niente affatto complicate,” ha spiegato Franz von Holzhausen. “Questo è quanto era stato insegnato a tutti noi durante il nostro corso di studi. Siamo quindi in netta controtendenza.”

“Stiamo violando la regola d’oro del design, che consiste nel semplificare,” ha spiegato Laurens van den Acker. “Chiunque vi direbbe di togliere delle linee fino a che non sia rimasto nulla da togliere. Noi le linee le stiamo aggiungendo, il che è un’intuizione per certi versi contrastante, ma se lo faremo bene l’aspetto sarà naturale e riusciremo a creare bellezza.”

### **‘Flusso’ – Serie di Mazda dal design Nagare**

“Ogni Concept Car mostra un’interazione leggermente diversa fra il movimento ed il flusso in termini di superfici. Non esiste un modo giusto o sbagliato di cogliere l’impressione di movimento, quindi ciascuna delle Concept Car che realizziamo rappresenta una diversa interpretazione del nostro nuovo linguaggio superficiale.” – Laurens van den Acker, Direttore Generale della Divisione di Design

La prima Concept Car creata utilizzando il Flusso è stata Mazda Nagare, lanciata a novembre 2006. Come prima espressione di una serie di concetti di design, alcuni più

vicini agli attuali veicoli di produzione in serie rispetto ad altri, Nagare è stata pura esplorazione di superfici Fluente.

Subito dopo è arrivata Mazda Ryuga, a gennaio 2007, che ha iniziato ad esplorare un'idea nuova: abbinare la bellezza del movimento a strutture realizzate dall'uomo, in questo caso il giardino roccioso tipico della tradizione giapponese.

Al momento della presentazione della Concept Car Mazda Hakaze, ad aprile 2007, il Flusso aveva iniziato ad indagare sulle varie iterazioni che la filosofia di design avrebbe potuto mettere in pratica.

Le possibilità del design di Flusso negli interni hanno iniziato davvero a prendere forma con la presentazione della Concept Car Taiki, ad ottobre 2007.

Furai, invece, ha iniziato a comunicare possibilità estremamente sportive per il design di Flusso, quando è stata presentata a gennaio 2008.

Tutte le Concept Car Nagare confermano che, ben lungi dall'essere un esercizio di design a livello sperimentale, la strategia di Flusso Mazda sta evolvendosi verso una vera e propria realtà per la produzione in serie.

La serie di Concept Car Nagare è destinata a proseguire con la presentazione di altri veicoli nel 2008.

### **Concept Car Mazda Nagare – Salone dell'Automobile di Los Angeles 2007 (Ottobre 2006)**

Secondo Franz von Holzhausen, che ha diretto il Team di design di Irvine durante lo sviluppo della Concept Car Nagare, la prima concept di questa filosofia di design esposta al pubblico, si potrebbe dire che la Concept Car Nagare ha rappresentato "la concezione di un concetto".

A quei tempi, i progettisti Mazda stavano semplicemente esplorando il potenziale linguaggio superficiale e le proporzioni del veicolo che avrebbero dato inizio all'evoluzione del Flusso. Alla forma di Nagare non erano state date restrizioni dovute a realtà funzionali, dal momento che si trattava semplicemente di una schematizzazione visiva di intenti concettuali.

Per questa mancanza di restrizioni, e nonostante sia arrivata proprio agli inizi di un processo intellettuale in piena evoluzione, Nagare ha illustrato un gran numero di elementi di Flusso destinati a rimanere. La sua forma affusolata ed aerodinamica si è rivelata robusta al punto giusto e questa forma 'veloce' avrebbe poi influito su tutte le Concept Car successive, proprio come le ruote solidamente disposte ai quattro angoli estremi, che danno un grande senso di agilità.

La cosa più sorprendente sono state le due lunghe portiere a farfalla, in grado di spostarsi in avanti e verso l'alto per consentire l'accesso ai quattro sedili. Con un sedile di guida ubicato centralmente ed quelli posteriori avvolgenti, tipo salotto, Nagare è riuscita ad abbinare la dinamica di guida e la funzionalità interna in un unico allestimento innovativo.

"Il nostro studio di Irvine ha esplorato in modo davvero pionieristico la filosofia del design, il concetto di Nagare. È progredito a partire dalle precedenti Concept Car Senku e Kabura,

e Nagare si è evoluta da quel punto in poi,” ha spiegato Franz von Holzhausen. “Non appena abbiamo iniziato a sviluppare la Concept Car Nagare, ci siamo resi conto che stavamo creando una filosofia di design piena di luce.”

### **Concept Car Mazda Ryuga – Salone Internazionale dell’Automobile del Nord America 2007**

Quando Mazda Ryuga giunse al Centro di Design Mazda di Hiroshima, in Giappone, diretto dal Capo Progettista Yasushi Nakamuta, il Team di design Mazda aveva cominciato a chiedersi ‘come avrebbe potuto la natura dare forma a degli oggetti, se controllata artificialmente dall’uomo?’

Il risultato è stato un successo, con la bella Concept Car Ryuga, ‘uno studio esplorativo’ che ha aggiunto definizione e realtà al Flusso, inserendo quel genere di dettagli che sarebbero stati impossibili sulla prima Concept Car.

Ryuga (che si pronuncia ree-yoo-ga) è riuscita ad esprimere sia la bellezza naturale che il movimento conferitogli dall’uomo. Le sorprendenti superfici naturali di Ryuga, in effetti, erano state ispirate dal flusso semplice, anche se estremamente bello e raffinato, delle rocce accuratamente disposte che troviamo nei giardini giapponesi ‘karesansui’.

La Fluente forma a cuneo, così evidente nella Concept Car Nagare, infondeva di nuovo dinamicità e movimento, grazie a volumi ridotti nella parte anteriore ed a volumi più ampi in quella posteriore.

Come ha affermato Laurens van den Acker, Ryuga “ha aggiunto definizione” alla filosofia di design Nagare in evoluzione, inserendo un gruppo motopropulsore e dettagli di design degli interni assenti nella prima Concept Car Nagare.

Ancora una volta, il Team di design ha posizionato grandi ruote agli angoli estremi della Concept Car. Le ruote, con i loro cerchi da 21 pollici a razze lievemente ritorte, aggiungevano intensità, come se anch’esse si stessero muovendo anche quando Ryuga stava ferma, e l’effetto era sorprendente, come quello di una potente turbina a gas.

Dettagli come la forma dei gruppi ottici anteriori ispirata dal flusso della rugiada del mattino che cade dalle canne di bambù, ed i gruppi ottici posteriori, che suggerivano il flusso della lava, sottolineavano quanta strada avesse già fatto questo approccio.

### **Concept Car Mazda Hakaze – Salone dell’Automobile di Ginevra 2007**

Concepita nel centro di design di Mazda Motor Europe nei pressi di Francoforte, in Germania, la Concept Car Hakaze (che si pronuncia hah-kah-zay) è una coupè crossover che dà la sensazione di una spider, ed ha rappresentato un’iterazione ancora più pratica e funzionale del design di Flusso.

Hakaze è stata sviluppata per chi desidera guidare una coupè o una decappottabile entusiasmante ma che, per esigenze dettate dal personale stile di vita, ha bisogno di un veicolo più pratico. Hakaze si è riproposta di soddisfare i requisiti di tutti questi potenziali clienti e presenta un gran numero di caratteristiche in grado di farlo. La Concept Car è divertente da guidare ed agile quanto una coupè, ma allo stesso tempo ha la praticità e la funzionalità di un SUV, dando comunque anche la sensazione di una spider, grazie al tetto in vetro che può essere rimosso e alloggiato in un vano scorrevole nel paraurti posteriore.

La cosa più sorprendente in assoluto sono state le proporzioni estremamente compatte di Hakaze. Malgrado sembri molto più ampia e più alta, è solo 15 mm più lunga rispetto a Mazda3 due volumi.

Il trattamento superficiale per Hakaze ha preso ispirazione dall'accostamento di elementi naturali come le dune di sabbia ed oggetti tecnologici realizzati dall'uomo come elicotteri, motoscafi e jet. Il risultato è stato un'interpretazione più vigorosa e sintetica del linguaggio formale Nagare, perfettamente adeguato per un veicolo di questo tipo.

Partendo dalla precedente Concept Car Sassou di Mazda Europe, Hakaze presentava un sistema di illuminazione unico, con la luce che fluiva direttamente nel finestrino posteriore inferiore, dando un'impressione di luce radente.

Il risultato è stato una Concept Car agile e robusta al tempo stesso, perfetto abbinamento fra una coupè ed un SUV, e l'interpretazione più contemporanea del linguaggio formale Nagare che fosse mai stata raggiunta prima.

### **Concept Car Mazda Taiki – Salone dell'Automobile di Tokyo 2007**

La più futuristica delle Concept Car Nagare, Taiki (che si pronuncia tie-kee), è una vettura sportiva sviluppata per una futura società sostenibile, in cui vengono esplorate riduzioni del peso e tecnologie aerodinamiche, con l'obiettivo di migliorare l'efficienza nel risparmio di carburante e la riduzione delle emissioni di CO2.

Traendo ispirazione dall'atmosfera della Terra (Taiki in giapponese significa proprio questo), la forma avanzatissima da coupè allungata, con il motore a configurazione anteriore e trazione posteriore, sbalzi brevi e tetto completamente in vetro, è stata concepita per esprimere a livello visivo il flusso dell'aria; questo concetto si ritrova in tutti i suoi aspetti, dal trattamento superficiale ai passaruote, belli e complessi, fino alla parte posteriore simile ad un'ala.

Con una forma contenente complesse forme increspate, gli esterni di Taiki sono stati ispirati dal flusso di un tessuto nel vento, come gli abiti fluenti di una fanciulla celestiale della leggenda giapponese ed i koinobori giapponesi, ossia "festoni appesi a forma di carpa". Il risultato è un influsso non aggressivo e riscontrabile sul design delle future vetture sportive.

Il Team di design, diretto da Atsuhiko Yamada, capo progettista, Responsabile/Gruppo di Design Preliminare presso la Divisione di Design Mazda a Yokohama, in Giappone, ha scelto il tema koinobori per creare un concetto equivalente ad un'tubo pieno d'aria', maggiormente evidente nella sua forma complessa e futuristica.

Taiki mostra l'iterazione fino ad oggi più avanzata del linguaggio formale di Flusso degli interni, con il flusso dell'aria che dà letteralmente forma al fluire dei componenti interni, in particolare nel modo in cui il cruscotto fluisce attraverso i sedili e poi verso il basso fino nel rivestimento delle porte. Materiali avanzati, sotto forma di bioplastiche la cui fabbricazione produce meno CO2 rispetto a quella delle plastiche convenzionali, hanno dato forma agli interni, con la suddivisione 'yin-yang' del posto di guida centrale e della zona per i passeggeri, calma e rilassante.

## **Concept Car Mazda Furai – Salone Internazionale dell'Automobile del Nord America 2008**

La Concept Car Mazda Furai (si pronuncia 'foo-rye' ed in giapponese significa 'rumore del vento') è l'ultima arrivata nella famiglia di Concept Car basate su Nagare: con essa festeggiamo 40 anni di impegno Mazda negli sport automobilistici.

Creata presso lo studio delle Attività Mazda in Nord America (MNAO) di Irvine, in California, sotto la direzione di Franz von Holzhausen, Direttore del Design, il Team si è riproposto di progettare una vettura in grado di annullare i confini tra una vettura stradale ed una da corsa, per creare una vettura da gara effettivamente funzionale.

Il Team di design Mazda di Irvine ha iniziato col prendere il telaio della vettura di grande successo a Le Mans, Courage C65 ed ha aggiunto un posto di guida racchiuso su sé stesso ed elementi di design Nagare. Ma, mentre le quattro precedenti Concept Car esploravano l'estetica dell'emergente design Nagare, presentando semplici elementi di questo design (come gli aggressivi gruppi ottici anteriori e l'esclusiva griglia a cinque punte), in Furai ciascun dettaglio e consistenza Nagare serve ad un preciso scopo funzionale.

Mentre Taiki era stata un'interpretazione a livello visivo del flusso dell'aria, è toccato a Furai incanalarla. In Furai, le 'linee di flusso' Nagare intensificano effettivamente le prestazioni aerodinamiche del veicolo, incanalando e dirigendo il flusso dell'aria sulla superficie della carrozzeria. Nella parte anteriore, le prese d'aria si appropriano dell'aria che fluisce sotto la vettura e la spingono all'interno della carrozzeria, verso i radiatori di raffreddamento del motore, mentre la forma delle superfici laterali di Furai spinge l'aria verso freni posteriori, scambiatore di calore dell'olio ed impianto di raffreddamento del cambio. Inoltre, un diffusore ubicato sotto la vettura consente di trasportare il volume d'aria che fluisce attraverso i radiatori ed il vano motore verso la parte posteriore.

# La gente di Mazda – Lo spirito di Mazda

## **Laurens van den Acker, direttore generale, Divisione di Design, Mazda Corporation**

Laurens van den Acker è il direttore generale della Divisione di Design Mazda. Ha la responsabilità del design e dello styling complessivo di tutti i prodotti Mazda a livello mondiale, comprese le Concept Car, ed è su sua iniziativa che è stata introdotta in Mazda la nuova identità del design mondiale dovuta al linguaggio formale Nagare. Van den Acker è l'elemento trainante che ha consentito di costituire la possente e creativa rete di design mondiale Mazda.

Prima di giungere in Mazda, van den Acker è stato capo progettista di Design Strategico presso lo Studio Avanzato Dearborn di Ford Motor Company, in Nord America.

In precedenza, ha svolto varie funzioni nel campo del design, durante i suoi 7 anni in Ford, compresa quella di capo progettista di Ford Escape e Mercury Mariner, anche come capo progettista sia di Design Strategico che del Gruppo per l'Immagine del Marchio Ford. Inoltre, ha lavorato come progettista anche per Volvo e Audi.

Quando era in Ford, Laurens van den Acker ha dato il proprio contributo alla realizzazione di veicoli straordinari, comprese le Concept Car Ford Model U, 427, Bronco e GloCar.

Van den Acker si è laureato presso l'Università di Tecnologia di Delft nei Paesi Bassi e si è specializzato in Engineering presso la Facoltà di Design Industriale.

Laurens van den Acker ha affermato di essere veramente felice di dirigere il Design in Mazda, soprattutto in questo periodo e per un'azienda che offre grande supporto a tali innovazioni.

“Abbiamo alzato il volume sull'aspetto visivo, e stiamo creando una nuova generazione di veicoli Mazda, rafforzando l'impegno di Mazda nel costruire veicoli sportivi ed appassionanti. In definitiva, questo linguaggio formale Nagare, come applicato nelle Concept Car Taiki e Ryuga, sarà riscontrabile sotto forma di elementi esterni analoghi sui futuri veicoli Mazda da produzione in serie.”

## **Peter Birtwhistle, capo progettista, Ricerca e Sviluppo Mazda, Europa**

Peter Birtwhistle è capo progettista in Mazda Europe. Ha la responsabilità di supervisionare il design e lo sviluppo di tutti i veicoli per le attività di design Mazda in Europa e lavora presso il centro di ricerca e sviluppo europeo di Mazda, ad Oberursel, in Germania. Come responsabile della creazione di veicoli nel mercato automobilistico più competitivo ed impegnativo del mondo, Birtwhistle dirige un Team internazionale di progettisti.

Birtwhistle è stato assunto in Mazda come progettista senior nel 1988 e dirige le attività europee di design Mazda dal 2000. Prima di giungere in Mazda, era stato capo progettista assistente di studio in Porsche, e progettista di studio in Audi e Vauxhall.

Ha studiato design automobilistico presso la Reale Accademia delle Arti a Londra.

“Con la nuova filosofia di design otterremo una maggiore espressione visiva e di entusiasmo nelle carrozzerie delle nostre vetture, andando ben al di là degli elementi convenzionali. È fantastico avere un obiettivo comune come questo e si tratta davvero di un momento creativo, grazie alla grande apertura a nuove idee, con progettisti in grado di creare così tanti elementi e così tanti dettagli. Stiamo creando forme e linee che non sarebbero state possibili prima del nuovo linguaggio formale Nagare”.

### **Franz von Holzhausen, direttore del design, Attività Mazda in Nord America**

Franz von Holzhausen è il direttore del design per le Attività Mazda in Nord America (MNAO).

Ha la responsabilità di supervisionare il design e lo sviluppo di tutti i veicoli per gli Stabilimenti Mazda in Nord America e lavora presso il centro di design e di ricerca e sviluppo Mazda per il Nord America, ad Irvine, in California, Stati Uniti.

Von Holzhausen, prima di giungere in Mazda, lavorava in General Motors, dove è stato responsabile del design ed ha gestito programmi fra cui si annoverano la Concept Car Pontiac Solstice ed alcuni veicoli da produzione, così come i vari modelli Saturn. Prima che in GM, von Holzhausen ha svolto funzioni di capo progettista assistente in Volkswagen.

Come progettista di prim'ordine in Volkswagen, ha partecipato allo sviluppo del design di Audi TT e della Concept Car 1 del Nuovo Maggiolino, lavorando sotto la direzione di J Mays.

Von Holzhausen ha diretto lo sviluppo della Concept Car Nagare, la prima che abbia mostrato la filosofia Mazda di Design di Flusso, e che avrebbe poi dato origine a Ryuga. Ogni giorno, sotto la sua direzione, insieme al suo Team di design di Irvine ha lavorato gomito a gomito per progettare e sviluppare in piena collaborazione la Concept Car Ryuga che, in seguito, sarebbe stata rifinita e costruita in Giappone. Inoltre, la più recente Concept Car Nagare, Furai, è stata anch'essa realizzata nel suo studio di Irvine.

Von Holzhausen afferma di sentirsi maggiormente ispirato quando si trova coinvolto in progetti davvero innovativi:

“Adoro esplorare nuove frontiere, sia per il marchio che in generale. Per certi versi, stiamo semplicemente offrendo il design che la gente aspettava. Ritengo che stiamo oltrepassando alcuni confini, nel design automobilistico, che andavano superati.”

“Si tratta di design pionieristico, che sta tracciando un nuovo cammino per tutti in questo settore. Se pensate alla consistenza delle superfici, al linguaggio ed al tipo di produzione delle superfici, è un cambiamento davvero da pionieri, così diverso da qualsiasi altra cosa che sia già in circolazione”.

### **Atsuhiko Yamada, capo progettista, Responsabile / Gruppo di Design Preliminare, Divisione di Design, Yokohama**

Atsuhiko Yamada è capo progettista e responsabile del Gruppo di Design Preliminare nella divisione di design Mazda a Yokohama, in Giappone. Ha la responsabilità di supervisionare giorno per giorno il design e lo sviluppo di tutti i veicoli per le attività Mazda in Giappone ed in Asia.

A Yokohama, il suo Team sarà impegnato nello sviluppo di nuovi design per i prossimi cinque o dieci anni. È stato proprio il Team di Yamada a sviluppare le Concept Car Ryuga e Taiki. Dirige un Team che svolge indagini e studi sulle tendenze del design in vari ambiti, come cultura popolare, architettura, moda e design ,sintetizzandoli in prodotti adatti ai mercati locali.

Negli ultimi anni, ha partecipato come leader allo sviluppo del design dei progetti di Mazda2, Mazda6 e CX-9.

“La filosofia Nagare è per me molto naturale nella progettazione di una vettura,” ha spiegato Atsuhiko Yamada. “La cultura ed il design giapponese sono da sempre fortemente influenzati dalla natura e possiamo vedere molti bei linguaggi di design di flusso nell’architettura, nei giardini, nell’arte e nella moda. Sono cresciuto in un ambiente di questo genere e sono entusiasta di poter aver la possibilità di trasferire la bellezza della natura nel design automobilistico”.

“Sono certo che questo linguaggio piacerà a molte persone, malgrado abbiano bagagli culturali differenti, perchè la natura è estremamente bella per chiunque. Il viaggio potrebbe proseguire all’infinito e le ispirazioni, per il design, sono potenzialmente illimitate.”