



Ford Streetka

Pininfarina e Ford presentano al 73° Salone Internazionale dell'Automobile di Ginevra il roadster Ford Streetka, versione di serie del prototipo che debuttò al Salone di Torino del 2000. L'anno successivo, al Salone di Ginevra 2001, Ford of Europe confermò che la reazione del pubblico al concept era stata così entusiastica che la Streetka sarebbe andata in produzione.

Questa decisione ha anche segnato l'inizio della nuova collaborazione tra Ford of Europe e Pininfarina. In particolare, Pininfarina ha lavorato a stretto contatto con gli ingegneri di Sviluppo Prodotto della Ford ed ha assunto la piena responsabilità dell'engineering di prodotto e di processo della carrozzeria, avvalendosi di sofisticati strumenti CAD, CAE e CAM, della realizzazione dei prototipi, dei test nella galleria del vento e del supporto per l'omologazione della vettura. Ford ha mantenuto la responsabilità del telaio, del motore e dello sviluppo della vettura dal punto di vista delle prestazioni e del comportamento su strada.

Il tutto in tempi estremamente ristretti, circa 24 mesi. Per quanto riguarda la parte produttiva, la responsabilità di Pininfarina è completa e ricalca il ruolo che l'Azienda ha già attualmente con Alfa Romeo, Mitsubishi e Peugeot.

Questo primo importante passo nella collaborazione con Ford of Europe rappresenta, quindi, un buon esempio di come il Gruppo Pininfarina abbia ampliato la gamma di competenze e servizi offerti ai costruttori automobilistici ponendosi sul mercato come un partner flessibile in grado di fornire dal ciclo completo di realizzazione di un nuovo veicolo a singoli servizi specifici, in questo caso le fasi di engineering e produzione.

L'impegno di Pininfarina, con l'obiettivo di restare il più possibile fedele al concept originale, è stato infatti quello di predisporre la produzione del nuovo spider biposto compatto per l'inizio del 2003 in modo da far coincidere il suo debutto con il centenario di Ford Motor Company e l'80° compleanno di Ford Italia. Presentata in anteprima mondiale al Mondial de l'Automobile 2002 di Parigi, dove ha riscosso un grande successo di critica e di pubblico, soprattutto fra i giovani, la Streetka è destinata ai principali mercati europei, primi fra tutti Germania, Gran Bretagna, Italia, Francia e Spagna: i suoi volumi produttivi annuali saranno strettamente limitati e le vetture saranno tutte dotate di motore 1.6 litri 90cv, con guida sia a destra che a sinistra e numerosi, attraenti optional quali le finizioni in pelle e l'hard top.

La Streetka è emblematica della tendenza a realizzare sempre più modelli di nicchia su piattaforme comuni, con time to market più stretti e obsolescenza più veloce. Un'automobile "speciale" che completa e arricchisce l'offerta di gamma della Ford e, pur nella complessità dell'iter progettuale e del processo produttivo di serie, è sempre più assimilabile a un prodotto di moda, perché nata in velocità e realizzata in tiratura limitata per un periodo di tempo ridotto, con contenuti stilistici e tecnologici sofisticati, che fanno tendenza, suscitano emozioni e desideri. E non a caso la Streetka è legata all'immagine della pop star Kylie Minogue (il nuovo modello è stato sponsor del "Fever" tour europeo 2002 dell'artista) a sottolineare l'aspetto innovativo e originale del prodotto e dell'approccio di Ford al mercato.

La scelta di Ford di far progettare e produrre l'auto da Pininfarina conferma la tendenza da parte di molti costruttori a percorrere la strada di qualificazione e diversificazione della loro gamma puntando sul valore aggiunto delle nicchie in outsourcing, ricorrendo quindi a partners qualificati con esperienza e know how specifici: in questo caso, Pininfarina, che nel 2002 è arrivata al traguardo del milione di vetture prodotte.