


Fiat 500 star tra due millenni

Pubblicato: Giovedì 5 Luglio 2007

Riceviamo e volentieri pubblichiamo l'articolo del lettore Antoni Gelormini sulla presentazione della Nuova 500.

 Il suo arrivo, sulle strade di un'Italia che si apprestava a vivere il boom economico dei famosi anni '60, fu come l'irrompere sul parterre di Sanremo, all'epoca di Nilla Pizzi, Luciano Taioli e Gino Latilla, della carica entusiasta e rivoluzionaria di Domenico Modugno. Ed è stato ancora la voce dell'italiano più cantato nel mondo a salutare, a Torino, il ritorno atteso della Nuova 500.

Certo la 500 non poteva "Volare", ma tra un mix di passato, ricordi e futuro è proprio da uno dei paesi più moderni, la Nuova Zelanda, che ci viene rimandato il legame senza tempo tra due amori tipicamente italiani, come il cantante di Polignano a Mare e l'auto cult diventata un'icona. La "Bambina", la chiamarono laggiù. Ispirando tenerezza e simpatia che la resero popolare, poi, fino in Australia.

Le note di "Ciao ciao bambina", il motivo che la lanciò nel paese dei kiwi, l'hanno salutata nel fantasmagorico scenario preparato sulle rive del Po, per un evento volto a sottolineare la rinascita di un modello, di un'azienda e di una città. Ma che vuole essere anche paradigma di speranza per l'intero Paese.

Note a cui hanno fatto eco le canzoni che l'hanno accompagnata attraverso generazioni e stili di vita. "Romantica" di Tony Dallara o "Andavo a cento all'ora" di Gianni Moran [d i](#). "Abbronzantissima" di Edoardo Vianello o "Nessuno mi può giudicare" di Caterina Caselli. In una marcia di avvicinamento che passava dal "Cin Cin 500" di Enrico Ruggeri ai "500 sogni per una sola 500" di Eugenio Finardi.

Fino ad arrivare alle sofisticate scelte musicali, che hanno sottolineato, più recentemente, la rivoluzione Fiat. Fatta di tenacia, impegno, modernità e mentalità vincente. Prerogative inconcepibili senza umiltà, dedizione, formazione e cultura. Manifesti sonori ed ideali come "Meravigliosa creatura" di Gianna Nannini, "Un senso" di Vasco Rossi, "Somewhere over the rainbow" nella versione dell'hawaiano Israel Kamakawiwo'ole e della raffinata "Back to Life" di Giovanni Allevi, che enfatizzerà lo spot pubblicitario della Nuova 500 (l'autore delle musiche [anche di quello magnifico](#) della BMW).

Uno spot voluto, suggerito e coordinato dall'uomo simbolo della nuova Fiat, Sergio Marchionne. Il racconto di un orgoglio italiano, lungo 50 anni, attraverso figure esempio come Falcone, Borsellino, Ciampi, Valentino Rossi e Giorgio Gaber. L'entusiasmo italiano per una vittoria tutta racchiusa in quel braccio sollevato al cielo dal mito dei ragazzi su due ruote.

La Nuova 500 è stata presentata sul Po. Il nome più piccolo per il fiume più grande. La macchina più piccola per i progetti più ambiziosi. La sintesi di un contrasto, che indica un grande futuro per l'azienda un tempo piccola, nel panorama mondiale dell'auto e che, già

oggi, vale più della somma di General Motors e di Ford.

Con effetto slow motion il “Cinquino” in 50 anni [resta](#) sempre e comunque la 500. Un nome che non sarebbe piaciuto a Massimo Troisi, la cui celeberrima raccomandazione indicava nei nomi brevi il segreto del buon carattere ed dell’agile prontezza. Sergio Marchionne vede la Nuova 500 come “l’iPod” di una Fiat intesa come la Apple dell’auto. Decisamente è sulla buona strada.

[Redazione VareseNews](#)

redazione@varesenews.it