

Abarth sarà presente all'81esimo Salone Internazionale di Ginevra con uno stand di forte impatto scenografico dove anteprime mondiali e vetture di attuale produzione si alternano per sottolineare l'unicità del brand nel panorama automobilistico mondiale. Riflettori puntati sull'Abarth 695 "Tributo Ferrari" - esposta per la prima volta con una livrea Blu Abu Dhabi e Grigio Titanio - la più veloce e performante 500 stradale di sempre nata dalla collaborazione tra la casa dello Scorpione e quella di Maranello e basata sulla condivisione di numerosi valori quali la passione per le prestazioni, l'anima racing, la cura del dettaglio e lo stile italiano. Negli ultimi anni, i due brand hanno avviato una ancora più stretta collaborazione che ha portato proprio alla realizzazione della Abarth 695 "Tributo Ferrari", una vettura esclusiva che, da una parte, consente allo Scorpione di ampliare la propria gamma entrando così nel segmento delle sportive di lusso; dall'altra parte, offre ai clienti del Cavallino Rampante una piccola e scattante vettura per tutte le esigenze di mobilità, incluse quelle più pratiche e cittadine. Commercializzata a partire dallo scorso mese di luglio, la serie speciale numerata e limitata ha già collezionato oltre 1000 ordini, di questi più della metà provengono da Regno Unito, Francia, Germania e Giappone.

Forte del successo delle recenti cassette di trasformazione (una Abarth 500 su tre viene elaborata con il kit ufficiale), la Casa dello Scorpione ripropone al Salone Internazionale di Ginevra il  kit "esseeesse" per l'Abarth 500C, atto a migliorarne le prestazioni, l'handling e la sicurezza, senza rinunciare a un livello di emissioni e consumi contenuto. Sullo stand il pubblico potrà quindi ammirare una Abarth 500C "esseeesse", che mostra perfettamente lo spirito dell'elaborazione Abarth, fatta di sostanza ed estetica misurata. La Abarth 500C "esseeesse" presenta un'elegante livrea bicolore Grigio Campovolo e Grigio Pista, con "liner" cromatico bianco, un elemento che divide e contemporaneamente unisce le due anime della vettura: sopra l'eleganza di una cabrio, sotto le prestazioni da vera sportiva del kit "esseeesse". Inoltre, la 500C "esseeesse" è presentata con l'originale marmitta "Record Monza" (di tipo "dual mode" a contropressione variabile) che esalta il "sound" del motore oltre i 4.000 giri/min e, come per la Punto Evo, con il navigatore satellitare Abarth Blue&Me™ MAP con Telemetria. Il prestigioso palcoscenico del Salone Internazionale di Ginevra è anche l'occasione per anticipare al grande pubblico il lancio commerciale, previsto per il secondo trimestre del 2011, del cambio manuale a cinque rapporti su Abarth 500C, abbinato al motore 1.4 T-Jet 135cv. Questa novità permette ad Abarth 500C di allargare la propria offerta, affiancando al cambio robotizzato "competizione" con paddle al volante di serie, un cambio manuale che ha lo specifico obiettivo di dialogare con tutti quei clienti che ricercano un rapporto più diretto con l'auto e ritengono questa soluzione più adatta al loro stile di guida.

Il Salone Internazionale di Ginevra è infine l'occasione per fare il punto su due pilastri del

modello di business Abarth: le vetture stradali e il mondo delle corse. A partire dal lancio a luglio 2010 sono già state vendute circa 1.800 Abarth 500C e quasi 1.400 Abarth Punto Evo: numeri che testimoniano la grande accoglienza riscossa dalle due vetture e che contribuiranno ai già ottimi risultati registrati dal rilancio del marchio ad oggi. Basti pensare che dal 2007 il brand ha visto una continua crescita come dimostrano oltre 28.000 vetture vendute tra i modelli Abarth Punto e Abarth 500, oltre a circa 6.000 kit prestazionali destinati ai due modelli. Questi successi commerciali sono stati possibili anche grazie alla rete di dealer e preparatori ufficiali, una realtà unica nel suo genere che si sta ampliando ad altri mercati internazionali, come Israele, Romania, Cipro, Libano, Finlandia e Australia. L'idea progettuale che ha ispirato la realizzazione dello stand di Ginevra è la semplificazione: l'architettura non utilizza un linguaggio proprio per interpretare il brand, ma è un substrato per esaltarne i valori. Si apre così un grande spazio con quattro aree di luce sulle quali sono posizionate le vetture. Una lastra di cristallo campeggia al centro dello spazio, volta a reggere la riconoscibile icona di Abarth; la quinta ideale che fa da sfondo alle vetture è un grande display a led che rappresenta l'elemento centrale della macchina scenica. Le linee di tutto lo stand sono simmetriche, rette e con angoli di novanta gradi e i materiali sono altrettanto neutri e intangibili: elementi strutturali bianchi e abbondante ricorso alla trasparenza contribuiscono a sottrarre "rumore" visivo per focalizzare l'attenzione sul contenuto. Sotto il pavimento in cristallo sono riprodotti disegni tecnici della meccanica Abarth, idealmente esposta, visibile a tutti, come un tempo succedeva per le vetture con il cofano posteriore parzialmente sollevato. Gli elementi immateriali come la luce, il suono, i contenuti digitali non sono in questo caso accessori, ma lavorano in maniera integrata e sincronizzata identificando momenti scenici diversi tra loro, rendendo così lo stand sempre in movimento. Lo spazio fisico neutro e minimale si colora e si riempie di scene che raccontano in sequenza i valori di Abarth: sfida, passione, ingegnosità, italianità, partecipazione, determinazione, autenticità.