

opzione zero**In Vespa
i 75 anni
globali
più belli**

FRANCESCO DELZIO

Quando nel 1946 Enrico Piaggio, guardando un semplice prototipo progettato e realizzato da Corradino d'Ascanio a partire dagli scarti d'un aereo, esclamò «sembra una vespa!», nessuno avrebbe mai potuto immaginare una vita così lunga e gloriosa per quello strano veicolo a motore dal corpo affusolato. Eppure i bilanci di questi giorni, in occasione del settantacinquesimo compleanno di Vespa, certificano un fenomeno industriale e di costume senza eguali. Partendo dai primi 2mila esemplari della Vespa 98 cc prodotti in via "sperimentale" da Enrico Piaggio, oggi si contano ben 19 milioni di esemplari prodotti e venduti nei cinque continenti, con una produzione in crescita costante negli ultimi 15 anni e che ha superato il traguardo dei 200 mila pezzi nel 2018. Vespa è (come direbbero i pubblicitari) un "love brand" amatissimo da tutte le generazioni, icona della capacità manifatturiera e dello stile italiano nel mondo, anche in virtù di un protagonismo senza eguali nella cinematografia degli ultimi decenni. Proprio tra fiction e realtà, tra celluloidi e star internazionali nacque negli anni Cinquanta il mito della Vespa, capace da allora di "conquistare" stabilmente le scene di Hollywood e di Cinecittà arricchendosi di significati e valori capaci di andare ben oltre i confini dell'industria della mobilità: dalla voglia di vita di Audrey Hepburn che nel 1953 seminava il panico per le strade di Roma al volante della sua Vespa in "Vacanze romane" con Gregory Peck ai soliloqui problematici di Nanni Moretti, che 40 anni dopo usava Vespa come compagna muta e fedele delle sue peregrinazioni fisiche e intellettuali tra le strade della

Capitale, passando per i binomi hollywoodiani degli anni Duemila all'insegna della bellezza eterea con Nicole Kidman in "The Interpreter" e del fascino con Jude Law in "Alfie". A 75 anni dal deposito da parte di Piaggio & C. S.p.A. (avvenuto il 23 aprile 1946) del brevetto per «motocicletta a complesso razionale di organi ed elementi con telaio combinato con parafanghi e cofano ricoprenti tutta la parte meccanica», Vespa attraversa un momento felice. Sotto la brillante guida strategica e industriale di **Roberto Colaninno**, ha puntato sui mercati dell'Asia per compensare il calo dei volumi in Europa, producendo e vendendo la Vespa in Vietnam e in India (oltre che nella storica fabbrica di Pontedera) senza snaturare la qualità del prodotto e il suo posizionamento "alto di gamma".

Sono forse i 75 anni più belli del mondo, quelli di Vespa. E ci ricordano come tre caratteristiche peculiari del "genio italico" - la creatività, il design e l'innovazione di prodotto - abbiano fatto grande l'intera manifattura italiana italiana nel secondo Dopoguerra e le abbiano consentito successivamente di superare le terribili strettoie della globalizzazione. Si tratta di un "patrimonio" del nostro Paese di cui politica e opinione pubblica dovrebbero essere molto più consapevoli, non lasciando soli imprenditori e management impegnati nell'affrontare le due grandi rivoluzioni globali della digitalizzazione e della transizione ecologica. Di fronte a sfide di questa complessità, servirà molta meno demagogia e molto più "patriottismo economico". Ne saremo capaci?

Per commentare la rubrica con l'autore, scrivi a: fdelzio@luiss.it www.francescodelzio.it

© RIPRODUZIONE RISERVATA

8865 - ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE

