

Cinquanta anni fa nasceva lo scooter della Piaggio: così fu rivoluzionato il costume degli italiani



DALLA PRIMA PAGINA
Il manubrio

Nacque subito l'Ape, motofurgone in lotta con Aermacchi e Guzzi, ci fu persino il Moscone, motore fuorbordo. Nelle città ormai intasate di Seicento e Cinquecento andare in Vespa significava ora districarsi nel traffico, parcheggiare ovunque, lasciare la città in un pomeriggio di sole, viaggiare l'Europa con pochi soldi. È stupefacente come a questo piccolo scooter non sia rimasto attaccato niente dell'angoscia dei secondi anni 40,



■ PONTEDERA Il mondo si accorse di lei nel '52. Fu un manifesto a mostrare le sue curve sinuose, il suo bell'aspetto, il cuore palpitante, la robusta carena, la sua assoluta linea sportiva. Gregory Peck stava seduto davanti impugnando il manubrio, Audrey Hepburn se ne stava appollaiata sulla ruota anteriore e Eddie Albert, con l'immacabile macchina fotografica, si era accomodato sul di dietro approfittando del porta bagagli. Con «Vacanze romane» la Vespa divenne un simbolo dell'Italia, esattamente come la pizza, gli spaghetti, le belle canzoni e le crisi politiche.

Un motorino per aerei

L'aveva inventata nel '46 l'ingegner Conradino D'Ascanio, progettista aeronautico, antesignano dell'elicottero, utilizzando un motore sussidiario per gli aerei. Lui non amava la motocicletta per questo disegnò la Vespa. «Troppe scomodi, ingombranti, con le gomme difficili da cambiare» usava dire degli scooter. Al suo scetticismo faceva da riscontro l'entusiasmo di Enrico Piaggio, figlio di Rinaldo, proeso a fornire agli Italiani, in quel difficile dopo guerra, almeno la motorizzazione individuale. C'era da inseguire Bartali, da correre in città, c'era da andare al cinema e a ballare, era l'ora del movimento, del viaggio, del primo approccio con la velocità. D'Ascanio elaborò una moto che pareva un aereo: il cambio nel manubrio, un braccio di supporto alla ruota piccola, il motore laterale, una carrozzeria capace di proteggere il guidatore dalla pozzanghera, un sedile comodo. Si andava in moto guardando il cielo, inseguendo i sogni che parevano già futuro. Voleva chiamarla «Paperino» ma quando Enrico Piaggio la vide esclamò: «Buffo, sembra una vespa». E fu per sempre Vespa.

Ottanta mila lire

La benedì il generale americano Stone, la riprese il cinegiornale statunitense Movieton, gli Italiani la toccarono con mano per la prima volta alla Fiera di Milano del '46, prezzo di listino 80 mila lire. Su quella due ruote viaggiò la ricostruzione, ragazze sorridenti a caccia di emancipazione, giovani vitelloni sulla via del mare, parroci impolverati in viaggio tra un battesimo ed una estrema unzione, operai che andavano e venivano dal lavoro. Chi poteva mai rifiutare un passaggio in Vespa? Non mancava mai una Vespa dietro la sagoma di Coppi, sudato, magro e pallido che transiva solitario su un colle. Ci mise poco la Vespa a conquistare i mercati dopo il primo modello, la 125. Gli indici della fabbrica andarono subito in fibrillazione: 2.484 scooter il primo anno, più di 10 mila l'anno successivo, 60 mila nel '50, 171 mila nel '53, 150 mila scritti al club della Vespa diedero vita ad una vera guerra di strada quando si affacciò la Lambretta, l'avversaria più temuta, l'agile mezzo della Innocenti che voleva avvicinare l'Italia. Vinse la creatura della Piaggio, sopravvisse alle auto e compiè mezzo secolo in piena forma, direbbe la leggenda.

Questo è l'anno della Vespa dunque, anzi della nuova Vespa. In autunno gran gala e lancio del modello che vuole sfidare il Duemila. Totale silenzio dei progettisti, mentre nei capannoni di Pontedera già si fa spazio alla nuova crea-

del tentativo (alquanto riuscito, in effetti) di utilizzare motori bellici di avviamento per aeroplani, delle fabbriche bombardate, delle tensioni della ricostruzione. Sarà la forma tondeggianti, piennotta, rassicurante, o piuttosto lo scatto grintoso, o quest'aura di individualismo in movimento: certo la Vespa si è presentata puntuale, elegante come un impermeabile di buon taglio, all'appuntamento con anni più ricchi, alcuni spensierati (anche se non per tutti), altri meno, convivendo tranquillamente con pesanti maximoto, scooterini col guscio di plastica, ruote alte e ruote basse, figliando al momento giusto la sua versione 50 cc, senza targa (almeno fino a poco tempo fa) e senza casco. Nessuno ricorda più il «Lui», lo scooterino della Lambretta, che pure era un prodotto interessante, mentre i vespini 50 ancora affollano i parcheggi dello stadio, gli spazi davanti alle scuole, le scuole delle città. Così abbiamo conosciuto la Vespa, indiscusso simbolo di questo cinquantennio: una lunga carriera al servizio di molte diverse libertà. (Enrico Menduni)



La vespa «protagonista» anche nel cinema: qui sopra con una giovanissima Catherine Spaak e in alto a sinistra con Vittorio Gassman. Sotto un disegno di Franco Mosca per un calendario

Il mondo su due ruote

C'era già dai sei anni, ma di lei, il mondo se ne accorse nel '52, quando la guidò Gregory Peck. E con lui, nel sedile posteriore c'era Audrey Hepburn. Nacque così il mito della «Vespa», disegnata nel '46 da un ingegnere aeronautico. Cinquant'anni di storia che hanno seguito, ed anticipato, la storia del costume. Fino ai nostri giorni, quando quella due ruote è diventata quasi uno status symbol ed ha invaso tutti i mercati del mondo.

DAL NOSTRO INVIATO
MARCO FERRARI

tura. Cinquant'anni di miracoli, mille imitazioni, 15 milioni di unità prodotte, 89 diversi modelli a cui si andrà ad aggiungere la nuova Vespa. Una passione senza tempo, dunque, passata indenne tra le mode passeggerie, i cortei antifascisti degli anni Cinquanta, le occupazioni del Sessantotto, la scoperta dei viaggi «on the road», le sensazioni di «Chi Vespa mangia le mele», la ricerca dei luoghi estremi oppure di un semplice parcheggio sotto casa nell'era dell'inquinamento.

Dalle «vacanze» ai «diari»

Venne Gregory Peck, quasi cinquant'anni dopo fu Nanni Moretti «Vacanze romane» esaltò i sogni di una generazione, quella dell'Europa ritrovata. «Caro diario» è stata la «taglia». In mezzo ci sono mille Vespe: la usava Jean Paul Belmondo per andare sul set, ci viaggiava un imperturbabile Henry Fonda per le avenues di Manhattan, non rinunciava al cappello un ruvido John Wayne, ci finivano sopra le vincitrici del concorso di Miss Italia e Miss Cinema, ci gravavano in Riviera Tyrone Power e Marlon Brando, sulle cartoline Piaggio la cavalcavano con destrezza femminile Abe Lane e Julia Arnall, Gary Cooper la volle provare per le vie romane. Gene Kelly per i viali parigini, Charlie Chaplin, con ironia e disinvolture, scelse una Ape turismo per Ischia.

Si andava al cinema con la Vespa per vederla anche in pellicola e trovare conferme ai propri modelli

di vita. Il cinema scendeva nelle strade e ci scendeva in Vespa: una giovanissima Antonella Lualdi in «Cani e gatti» del '52, i protagonisti di «Amici per la pelle» di Franco Rossi del '55, il Mastroianni di «Padri e figli», firmato Monicelli, Renato Salvatori e Maurizio Arena nell'accoppiata di Dino Rossi «Povera ma bella» e «Belle ma povere», il Gene Kelly di «Destinazione Parigi», e ancora Natalie Wood, Alberto Sordi, Renato Rascel, Vittorio Gassman, i «bidonisti» felliniani sino a «Gli amanti devono imparare» del '62, regia di Delmer Daves, con Troy Donahue e Angie Dickinson. Poi è stato il trionfo dell'auto, delle fuoriserie dei prototipi, delle grandi cilindrate motoristiche, degli aerei, dei missili. E lei, somiglia a una silhouette, sostituendo le automobili, intrufolandosi nel traffico urbano, raggiungendo poli insperati, savane e foreste, diventando uno status symbol giovanilista e snob, invadendo i mercati di tutto il mondo. Cina, India e Indonesia in testa.

D'Ascanio non c'è più, è morto nel 1981 con gli onori del caso, prendendosi una vacanza su un'azienda che allora lo aveva dimenticato. Oggi si torna a parlare di lui, della sua creatura inossidabile ed eterna. Per il suo compleanno il paradigma dello scooter diventa il filo di un racconto. Due volumi editi dalla società toscana ripercorrono la storia dell'azienda e delle sue fortunate invenzioni: il libro della



comunicazione» di Omar Calabrese e Maurizio Boldrini fotografata centododici anni di comunicazione e con uno spirito di curiosità effervescente che supera l'intento dichiaratamente aziendaleistico del volume che pure, in pubblicazioni come queste, solitamente prevale.

Al complesso mosaico comunicativo aziendale - manifesti, depliant, slogan, calendari, riviste e libri - si affianca un'analisi attenta dell'incidenza del modello scooter nella vita sociale. E questo il tram-

te per capire anche l'efficacia di messaggi, come «Vespizzate» e «Chi Vespa mangia le mele», che hanno permesso ad un prodotto di restare sempre a passo con i tempi.

La leggenda ed il museo

«La leggenda verso il futuro», l'altro volume del cinquantennio, è stato curato dal prof Tommaso Fanfani, ordinario di Storia economica all'Università di Pisa e presidente del Comitato scientifico della Fondazione Piaggio. Qui gli aspetti storico-documentari seguono l'evoluzione dell'azienda, dai primi passi in Laguna all'attuale dimensione internazionale passando per le varie fasi espansive, i momenti critici, le separazioni e le rinascite, le lotte sindacali e gli avvenimenti storici. Lo scenario del «miracolo Vespa» mostra anche nelle pagine ora sbiadite, ora chiare di una epopea industriale e si appresta ora a diventare motore non soltanto di veicoli a due ruote, ma anche di un museo di prossima apertura a Pontedera. Perché la Vespa in fin dei conti, è un po' il nostro Novecento.

E adesso Pontedera «pensa positivo»

■ PONTEDERA «Io penso positivo perché son vivo» canta Jovanotti. Il suo rap affiora nel cielo della fabbrica, reparto catene di montaggio, scivola sui binari di trasporto percorre i lunghi corridoi, si dissemina tra i computer e i robot e giunge finalmente all'orecchio degli operai. Sono in gran parte giovani, ragazzi e ragazze della nuova generazione Piaggio. Sono loro ad aver voluto la musica in reparto, quel filo che li lega al loro presente, alla vita fuori, alle aspettative del dopo lavoro, anche alle chiere, perché no.

La fabbrica integrata

Questa non è la fabbrica dei sogni, è la fabbrica delle novità, delle innovazioni, della ricerca. Si chiama «fabbrica integrata» negli accordi aziendali. È nata il 3 luglio dello scorso anno quando sono state avviate tre unità produttive pilota. Noi partiamo dai Cip (Centri integrati di produzione) per capire cos'è la rivoluzione della Piaggio.

Gli schemi disegnati nei prospetti della galassia aziendale non rendono bene l'idea di quello che sta succedendo a Pontedera. Ma qui, a pochi passi dal Duemila, nasce davvero la polifunzionalità delle maestranze. Tanti piccoli centri produttivi composti da una cinquantina di lavoratori - ecco i Cip - si rendono autonomi, insomma si autogestiscono. «Abbiamo iniziato in quattordici dei trentanove Cip esistenti - afferma Moreno Bertelli, 45 anni, segretario della From - ad applicare l'accordo innovativo del marzo '95 sui orari, salario, ambiente e investimenti sulle meccaniche. Adesso andiamo oltre, spostiamo avanti quell'intesa, realizziamo la partecipazione dei lavoratori». La scelta di ridurre la pausa da un'ora a quaranta minuti sarà l'occasione per discutere quotidianamente del processo produttivo. Si andrà avanti per gradi. Per ora si recupereranno dieci minuti cinque vanno alla produzione e cinque alla discussione. Poi, a fase ultimata, dieci minuti andranno alla produzione e dieci al confronto interno ai gruppi autogestiti. È logico che cinque o dieci minuti giornalieri non consentano una discussione serena a decine e decine.

ne di operai. Così è previsto un accorpamento o due discussioni settimanali di 12-13 minuti oppure una soltanto, il venerdì.

«È un caso unico in Italia - dice Dario, 28 anni, pisano - e credo che dovremmo tutti responsabilizzarci». «Ci servirà per acquisire maggiore conoscenza» sostiene Angela, 30 anni, di Pontedera. «L'introduzione della polifunzionalità - precisa Bertelli - ci consentirà di spostare alcune funzioni esterne alla linea di montaggio, come il controllo e la manutenzione, all'interno della linea stessa. Questo comporterà maggiore produttività, maggiore professionalità, responsabilizzazione dei lavoratori e intervento sui livelli».

Dire addio al caposquadra

«Team», squadra o Cip poco importa. A Pontedera si demolisce un presupposto della tradizionale organizzazione del lavoro: il rapporto gerarchico. Al suo posto arriva la interfunzionalità. Oltre il gergo professionale si può ben dire addio caposquadra, addio controllo. E forse, addio, anche alla parola «operaio». Una rivoluzione anche lessicale, dunque. Ci saranno trentatré giovani ingegneri a supervisionare i Centri integrati di produzione. Chi credeva che il discorso della partecipazione operaia fosse andato in soffitta con i venti gelidi della restaurazione, dunque, si sbaglia. Nei documenti aziendali i Cip vengono definiti «le cellule di base dello stabilimento, nelle quali si sviluppano le attività di produzione, manutenzione, supporto tecnologico per il prodotto in esercizio, gestione materiali e qualità». Gli obiettivi del team? Quantità-qualità della produzione. Qualcuno, lassu, sobbalzerà sulle nuvole.

Ma che cosa significa interfunzionalità? Lo spiega un addetto alle Grandi Sene. «Nel mio caso, oltre alla produzione e ai temi della qualità, adesso mi occupo anche di rapporti con i fornitori, i concessionari, il post-vendita e l'assistenza. Lascio mano libera ai Cip. Ogni team precisa i propri obiettivi di qualità, produttività, servizio e costi. Cioè governa i fattori fondamentali della produzione: prodotto, costo, risorse umane, mezzi di produzione, processo produttivo, flusso di materiali, costi di trasformazione».

La sfida del mercato globale

Il colosso delle due ruote accelera sul piano organizzativo, getta via i lacci ingombranti, accetta la sfida del mercato globale. Superata la crisi dei primi anni Novanta, accantonata l'idea di trasferimenti nel biennio passato, la Piaggio ha fatto boom: 60% di aumento produttivo, vertici mondiali per i marchi Hexagon, Skipper e Vespa, 1.600 assunzioni a tempo indeterminato, 6.500 dipendenti a Pontedera, 13 mila nel gruppo. E adesso, entro la fine di marzo, altre 600 assunzioni: contratti formazione-lavoro e a termine. «Se si considera che a un operaio Piaggio corrisponde mezzo operaio nell'indotto - spiega Roberto Maria Zerbi, responsabile delle pubbliche relazioni - si può capire che quel secondo modello di sviluppo sostenibile, del quale l'azienda è paladina, trova piena applicazione a Pontedera». Radici territoriali profonde, dunque, non solo sul piano economico ma anche culturale come testimonia la Fondazione Piaggio.

Giovanni Alberto Agnelli sta mettendo a frutto le sue teorie aziendali. Colpo di fortuna o colpo di genio la svolta impressa alla Piaggio? «Il capitalismo selvaggio non ha più senso» ha scritto recentemente. Lui crede davvero nella «fabbrica integrata». I cartelli che compaiono nei reparti fanno capire che siamo davvero ad una svolta. «Globalizzare» è il suo slogan. L'azienda, il mercato e le professionalità.