

Grande festa a Roma per il 50° anniversario della Vespa. E l'erede del gruppo Fiat fa l'elogio della meritocrazia

Agnelli jr: contano i fatti, non i cognomi

La Vespa compie 50 anni e rinasce a nuova vita. Grande festa a Roma per la presentazione dei nuovi modelli. A sorpresa arriva Prodi. Giovanni Agnelli jr. coglie l'occasione per un invito alla meritocrazia. Non ci sono privilegi acquisiti. Bisogna prescindere da nomi e cognomi e basarsi sui meriti, non su fatti ereditari. E per dimostrare che lui i fatti li sa fare, presenta un ambizioso piano di rilancio della Vespa, oggi in difficoltà «solo congiunturali», tiene a precisare.

GILDO CAMPESATO

■ ROMA. «Non ci sono privilegi acquisiti e questo vale in ogni campo, sia per un'industria metalmeccanica, sia soprattutto per la classe dirigente italiana che ha bisogno di rinnovarsi: il presidente della Piaggio, Giovanni Alberto Agnelli, approfitta della presentazione di due nuovi modelli dell'azienda di Pontedera per un'altra delle esternazioni che piacciono al rampollo di casa Agnelli. «E' ciò - aggiunge subito dopo, quasi temendo di non essere stato capito bene - prescindendo da nomi e cognomi e basandosi sui meriti e non sui fatti ereditari».

«Un messaggio per tutti»

È il padre di Giovanni, Umberto Agnelli, che si affretta ad interpretare le parole del figlio, a scanso di equivoci: «È un messaggio rivolto al paese, a tutti noi cittadini. Smettiamo di dire che la colpa è della classe politica, della classe dirigente. Tutti i cittadini si devono impegnare per vincere questa battaglia». Il problema per Umberto non riguarda solo l'Italia: «Credo che di rinnovamento abbia necessità tutta l'Europa. Ha bisogno di entusiasmo e di battersi per essere competitiva sull'economia globale e sulla politica globale».

Alla grande manifestazione che ieri mattina ha celebrato i 50 anni della Piaggio (700 giornalisti da tutto il mondo) è intervenuto, ospite

sti, è piaciuta al presidente del Consiglio: «È un bel connubio, cioè un richiamo all'antico e la novità».

Ed è proprio sulle novità che Piaggio punta per rafforzare la sua quota di mercato. Il prossimo anno mira a vendere in Europa tra i 50 e i 60 mila mezzi: tra il 7 e l'8% del mercato. Ovviamente, le cose in Italia vanno molto meglio, con uno share del 45% sui nuovi motoveicoli.

Grosse ambizioni, ma anche problemi. Primo fra tutti la cassa integrazione. «Non abbiamo licenziato nessuno - tiene a precisare Giovannino Agnelli - Non fa piacere a nessuno annunciare provvedimenti del genere». Tuttavia, aggiunge, «non pensiamo che la crisi sia strutturale, ovvero una irrevocabile diminuzione della domanda, ma congiunturale, ovvero un fatto passeggero. C'è un rallentamento dei consumi e quindi c'è un evento straordinario che rilievola la gestione delle scorte nei magazzini». Pesa la caduta dei consumi, ma sui mercati internazionali pesa anche la rivalutazione della lira: «Abbiamo perso il 15-20% di competitività rispetto all'anno scorso», spiega Agnelli.

«Investiremo ancora»

Comunque, si guarda avanti. Agnelli assicura che la Piaggio vuole ancora investire nel prodotto e in nuovi stabilimenti: «La nuova Vespa è costata 35 miliardi di investimenti e stiamo lavorando per costruire, accanto allo stabilimento di Pontedera, un nuovo centro per la produzione di motori. Costerà 300 miliardi in tre anni». Quando? Molto dipende dalla solita burocrazia. Il terreno è di proprietà del demanio militare. Quanto alla quotazione in Borsa, non è il momento: si aspettano tempi migliori.



Giovanni Agnelli, con uno dei due nuovi modelli, durante il «Vespa Day»

La Vespa ritorna in pista coi nuovi modelli Et2 e Et4

La nuova Vespa presentata ieri a Roma sarà disponibile in due motorizzazioni: Vespa Et4, la prima ad arrivare sul mercato al prezzo di lire 5.990.000, e Vespa Et2, equipaggiata con il primo propulsore al mondo 50 cc. due tempi ad iniezione. Arriverà sul mercato solo la prossima primavera. I due scooter sono esteticamente uguali e si differenziano solo per piccoli dettagli. Li accomuna una attenzione agli aspetti ecologici, una facilità d'uso e un ottimo livello di sicurezza. Su entrambe le versioni è stato adottato il cambio automatico e l'avviamento elettrico. Dietro lo scudo c'è un vano per riporre la bomboletta ripara gomme. Il vano sottosella può ospitare un casco integrale o piccoli oggetti mentre il cassetto dietro lo scudo è molto comodo per tenere a portata di mano guanti, documenti e altri oggetti. L'altra novità riguarda l'antifurto realizzato dalla Magneti Marelli, il cui funzionamento è attivato dal mancato riconoscimento della chiave.

IL CASO

E i giornalisti aprono la polemica sul casco

Preoccupati che i giornalisti desiderosi di provare la nuova Vespa, che ripropone il modello che ha appena compiuto cinquant'anni, potessero violare la legge che ha reso obbligatorio il casco o prender freddo, gli addetti stampa della Piaggio si sono premurati di chiedere le taglie di testa e abiti dei giornalisti invitati alla conferenza stampa. Il presidente dell'Ordine del Lazio parla di «malcostume». La Piaggio spiega: «È un equivoco».

MARCELLA CIARNELLI

■ ROMA. Nome, cognome, testata e ...taglia. Quella degli abiti e la circonferenza del cranio del giornalista che avrebbe dovuto seguire per il proprio giornale l'evento mondano-social-culturale di ieri. E, cioè, il ritorno su strada della mitica Vespa che al compimento dei suoi primi cinquant'anni si avvia ad una nuova giovinezza. Si sarà anche trattato di «equivoco», come si sono affrettati a definire l'accaduto i responsabili stampa della Piaggio, ma quella richiesta ha fatto insorgere il presidente dell'Ordine dei Giornalisti del Lazio, Bruno Tucci che ha definito «una caduta di stile» l'ipotesi che a così dettagliate misure corrispondesse l'omaggio, ai giornalisti presenti alla kermesse su due ruote, di un casco da moto e di un giaccone. «Reagisco - ha detto Tucci - contro un malcostume che va dilagando e sul quale richiamo l'attenzione degli organizzatori della manifestazione e dei colleghi».

Sorpresa in casa Piaggio per l'iniziativa. «Ci risulta che il comunicato dell'Ordine sia il primo di tal genere ad essere diffuso» hanno dichiarato i solerti addetti stampa che rischiano di trovarsi ora sul groppone un bel po' di caschi e qualche giaccone se solo l'invito del presidente Tucci dovesse avere un seguito. Ma la questione è più raffinata. L'ufficio stampa, infatti, fornisce dalla propria contestata iniziativa, una lettura, per così dire rispettosa delle ferree vigenti leggi e della quanto mai inesatta scienza della meteorologia. «La taglia dei caschi e dei giacconi - spiega-

no alla Piaggio - è stata richiesta al fine di prevedere un corretto quantitativo nelle taglie appropriate per le prove dei nuovi modelli. Il casco è infatti obbligatorio per legge mentre il clima romano di questa settimana dovrebbe essere condizione sufficiente per motivare la disponibilità di un giaccone».

Giustificazione plausibile ma poco credibile visto che la questione gadget in cambio di più o meno interesse per la notizia è annosa. Di viaggi e soggiorni pagati, di regalini in cartella stampa o fatti trovare nella camera d'albergo è lastricata la strada dell'informazione. Non è certo quello in questione il caso più eclatante, anzi, l'esplicita richiesta lo rende forse un peccato veniale. Il punto vero è che ancora una volta, e specialmente in presenza di una notizia comunque di rilievo, si è pensato che l'omaggio fosse, comunque, cosa dovuta. D'altra parte se il problema è meteorologico si presume che nessuno si sarebbe presentato alla conferenza stampa in tenuta balneare visto il tempo ballerino di questi giorni. E solo qualche accapponazione fuori misura avrebbe avuto difficoltà a trovare il suo casco in una dotazione di misure standard opportunamente diversificate. Per quanto riguarda la sorpresa sull'iniziativa dell'Ordine del Lazio va ricordato che non è la prima. Le iniziative sulla pubblicità più o meno occulte nei pezzi non sono rare. Così come gli interventi sui giornalisti che si prestano come testimonial per prodotti o in situazioni assimilabili al loro lavoro.

Gra - tis.

GSM

SALTA INTIM.

Per il GSM l'attivazione è gratis dal 16 settembre al 31 ottobre. Risparmi 238.000 lire. Anche per questo, TIM conviene sempre. Gra-zie.