

RINALDO GIANOLA
MILANO

GIULIETTA È IL NOME GENTILE DI UNA DONNA CHE NEL SUO CUORE NASCONDE PERÒ IL MOTORE DEL DIAVOLO. Il suo rombo è la colonna sonora del risveglio dell'Italia industriale dopo la tragedia della guerra, un simbolo della creatività imprenditoriale e del lavoro di cui questo paese ha sempre beneficiato. Un'auto stupenda, da far perdere la testa: la Giulietta Alfa Romeo.

A volte gli oggetti, i prodotti industriali, anche i più semplici e banali, conquistano la dimensione del mito, nella loro esclusiva ripetitività come ha insegnato la Pop art. La Giulietta ha sessant'anni ed è un capitolo di storia che continua anche oggi, almeno speriamo, nelle mani del terribile Sergio Marchionne che da anni promette di rilanciare l'Alfa Romeo senza mai riuscirci. Le componenti di questo vecchio miracolo industriale, sportivo, culturale sono semplici e genuine: c'è dentro la Milano operaia e dell'impresa, della Lambretta, del formidabile Moplen, delle invenzioni della Farmitalia Carlo Erba, della Bicocca, del gasometro della Bovisa e del vecchio stabilimento Fernet Branca.

Nessuno sa bene perché, ma a volte accade nel mondo dell'industria che da un'impresa malferma, debole, con poche risorse, nascono dei prodotti straordinari, autentici miracoli che da un giorno all'altro trasformano con il loro successo le prospettive dell'azienda. Questo è il caso dell'Alfa Romeo e della sua Giulietta.

Toccò all'industria di Stato, quando ancora non c'era il ministero delle Partecipazioni statali, inventare l'auto dei sogni. L'idea venne a Giuseppe Luraghi, personalità poliedrica, imprenditore, manager, artista, scrittore, a quell'epoca direttore generale di Finmeccanica prima di passare una lunga stagione, densa di successi e di turbolenze societarie e politiche fino a uno scontro epocale con il democristiano De Mita, ai vertici della casa del Biscione. Bisognava proporre qualcosa di nuovo, spargliare le carte sul mercato, offrire agli italiani il segno tangibile del cambiamento, un progetto quindi che riprendesse la filosofia innovativa delle origini dell'Alfa Romeo, un modello che sorprendesse i concorrenti e anche i torinesi della Fiat che lavoravano per essere i primi, anzi i soli protagonisti italiani di questa industria.

Il progetto venne preparato dall'ingegnere Orazio Satta. Il poeta Leonardo Sinisgalli individuò il nome: Giulietta. Però non c'erano i soldi. Le idee erano buone, ma le casse dell'Iri-Finmeccanica erano vuote. Luraghi cercò all'estero: trovò un finanziatore per avviare il progetto, capitali tedeschi dell'investitore Otto Wolf. Toccò poi ai tecnici e agli operai del Portello mettere insieme le idee, lo stile, la meccanica, la potenza di quel motore e regalare all'Italia un'auto strepitosa.

Nelle carte personali, Luraghi racconta così come si concretizzò il sogno della Giulietta: «Gli studi della nuova vettura venivano realizzati in segreto: dalle sigle e dai numeri opportunamente stampati sui disegni, i terzi dovevano dedurre che si trattasse di una vettura di 850 centimetri di cilindrata. Il segreto si riuscì così a mantenere, e questo, secondo la mia esperienza, costituisce un caso eccezionale in un settore nel quale lo spionaggio industriale e giornalistico impera e dilaga a incredibile velocità. Nacque così la Giulietta, che fu presentata al Salone di Torino nel 1954. Fu questa vettura (la prima della cilindrata 1300 centimetri cubi, poi adottata da molti grandi costruttori) che mise la società sulla giusta strada, conducendola dapprima a sanare la situazione economica, poi a farla crescere via via impresa vitale, aggressiva e prospera, come denotano le cifre di produzione e di vendita in vertiginosa ascesa negli anni successivi e come testimoniano i bilanci. Un fatto certo curioso, del quale ora si può sorridere, ma che a suo tempo rischiò di compromettere l'impresa, fu che, per varare il programma, si dovette superare perfino l'avversità di alcuni consiglieri di amministrazione della stessa società, i quali dichiararono pericoloso provocare i potenti concorrenti già affermati nel campo delle vetture medie. Ma nessuno voleva provocare chichessa: si voleva soltanto dare all'Alfa Romeo una base di produzione che le permettesse di vivere in modo autosufficiente, cioè senza pesare sui cittadini italiani. In totale, dal 1955 al 1965, furono poi costruite 177.620 Giuliette nei vari tipi».

Lo strepitoso successo di questa vettura è sempre stato motivo di orgoglio per Luraghi e i suoi collaboratori alfisti. In una fotografia dell'inizio degli anni Sessanta, Luraghi compare accanto a Giulietta Masina, in mezzo a una folla di operai del Portello, per celebrare la produzione della Giulietta numero 100mila. Questo modello ha rappresentato per Luraghi la chiave di interpretazione dell'industria pubblica dell'auto. L'Alfa Ro-

Il futuro della Giulietta è nelle mani di Marchionne che da anni promette il rilancio dell'Alfa Romeo



Giulietta, l'auto diventa un mito

Il capolavoro dell'Alfa Romeo compie sessant'anni. Una stagione da ricordare

L'idea di Luraghi, i soldi tedeschi, il nome trovato dal poeta Sinisgalli. Un successo dell'industria pubblica, un modello che accompagna la rinascita del Paese e le speranze di milioni di italiani

meo, con i suoi tecnici, con i suoi operai, con il suo prestigioso marchio, era nelle condizioni ideali per sviluppare una vera industria dell'auto, capace di competere, seppur con dimensioni e prospettive diverse, con la Fiat e gli altri più piccoli produttori, di stare pienamente sul mercato, di generare profitti. La possibilità di realizzare questo ambizioso progetto passava, naturalmente, attraverso una scelta politica dello Stato e dell'azionista Iri, che dovevano decidere di fare concorrenza, una minima concorrenza, al potente produttore di Torino che, già allora, manifestava una pericolosa e congenita tendenza monopolista. Poteva il governo dare fastidio ai signori della Fiat? Poteva l'Iri rischiare di attaccare il territorio d'interessi consolidati degli Agnelli e di Vuletta? Anche negli anni Cinquanta, purtroppo, ogni volta che il governo o le imprese pubbliche dovevano decidere qualche nuova iniziativa industriale il pensiero di molti correva a Torino. Cosa avrebbero detto, come avrebbe reagito gli Agnelli?

Naturalmente il Lingotto non prese mai bene quella aspirazione competitiva dell'Alfa Romeo, arrivò a contrastarla con mezzi assai poco eleganti



Giulietta n. 100001, madrina Giulietta Masina



La spider, un mito

ti soprattutto quando Luraghi si mise in testa di comprare la Ferrari o quando decise di avviare lo stabilimento di Pomigliano d'Arco, un vero "scandalo", alla fine degli anni Sessanta, perché cercava di invertire il flusso migratorio dal Sud al Nord che tanti problemi sociali aveva creato, portando impresa e lavoro nel Mezzogiorno. Ma anche l'anomalia di Pomigliano aprì un varco successivamente nelle scelte e nelle strategie della famiglia Agnelli che con l'Avvocato e Cesare Romiti perseguirono la strada verso Sud, con Melfi, Termini Imerese, Termoli. Nell'86 quando Craxi decise di privatizzare l'Alfa Romeo vendendola alla Fiat e non alla Ford, Gianni Agnelli riuscì finalmente a consumare la sua vendetta: «Ci siamo annessi una provincia debole» sibilò.

Il padre della Giulietta, Luraghi, tuttavia, ricobbe in Agnelli un personaggio di livello internazionale. Scrisse: «Il playboy che, per la sua frivolezza, dal professor Vuletta non era considerato adatto ad assumere la presidenza dell'austera Fiat, si rivelò invece uno dei più ammirati e prestigiosi imprenditori del mondo». E su Vuletta aggiungeva: «Era un capo energico e deciso, risale alla sua amministrazione la formazione di quell'esclusivo, disciplinato e prevalente spirito di corpo del gruppo... Nei recinti della Fiat non si poteva entrare con vetture di altra marca». Ora abbiamo capito da chi ha preso Marchionne quando impacchetta le auto non Fiat dei suoi dipendenti. Auguri cara Giulietta, ne hai bisogno.

In quell'auto c'è dentro un pezzo di Milano delle fabbriche, la cultura del lavoro e dell'impresa