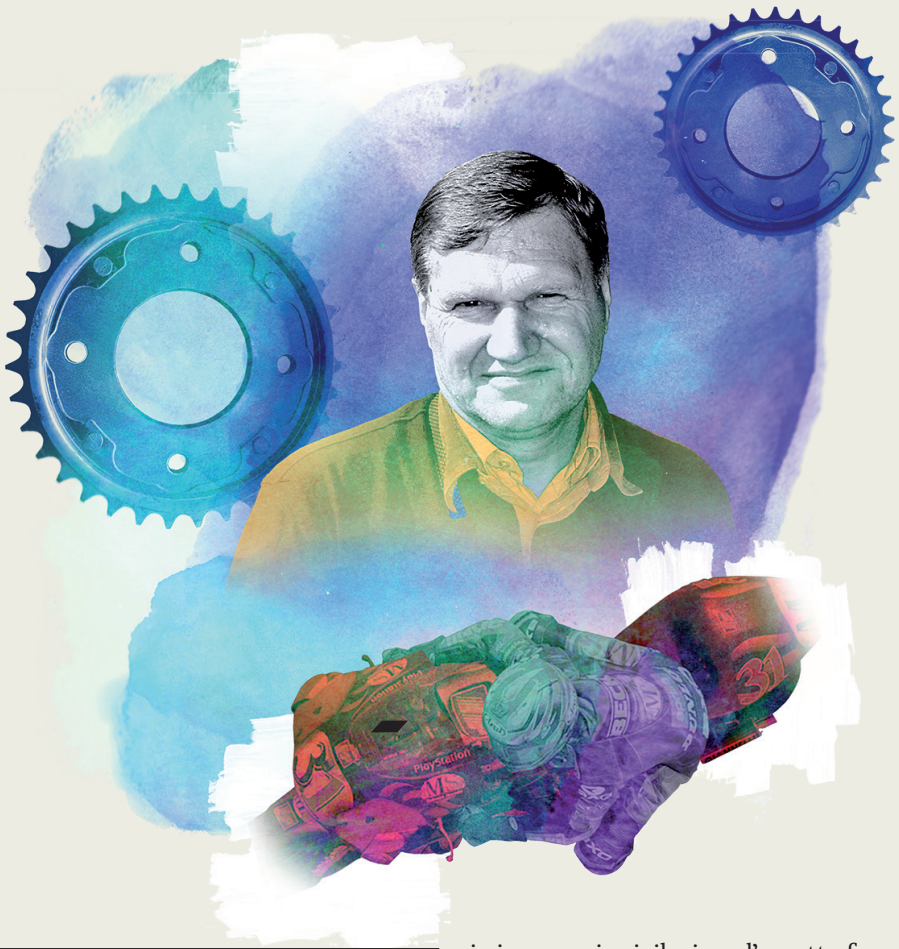
LA STANZA DEI PERCHÉ DI JAN WITTEVEEN

Ancora oggi, nel paddock, tutti lo chiamano l'Ingegnere. Da giovane correva in 125 con motori realizzati con le sue mani. Insieme a marchi come Hercules-DKW, Simonini, Gilera, Bimota-Adriatica, Aprilia, Cagiva e Husqvarna ha progettato e sviluppato propulsori che hanno fatto storia. E che, soprattutto, hanno vinto 40 Mondiali tra Enduro, Motocross e Velocità.

(TEORIA E TECNICA MOTORISTICA SPIEGATA AI PROFANI)

Illustrazione di **GlueKit**



VINCI LA DOMENICA VENDI IL LUNEDÌ

TIRA ANCORA IL RACING? SÌ, PARECCHIO. VUOL DIRE RICERCA, IMMAGINE, SVILUPPO. E SE VINCI URLI A TUTTI QUANTO VALI: IN PISTA E SUL MERCATO

Molti costruttori si affacciano al racing, partecipano, smettono, stanno via per qualche anno, poi tornano e si rimettono nuovamente in discussione. **Correre costa, certo! Ma nonostante questo l'ambiente del racing esercita un magnetismo speciale.** Non è frutto della passione per le gare, piuttosto ci sono tre grandi motivi: costruire immagine, creare tecnologia avanzata e far formazione al personale tecnico. Cominciamo da quest'ultimo. Intanto, c'è un diverso atteggiamento tra costruttori europei e giapponesi. I primi vedono le competizioni per acquisire tecnologia, i giapponesi privilegiano l'aspetto formativo: dopo alcuni anni di gare (da tre a cinque) richiamano il personale per destinarlo a importanti ruoli in altri settori. Perché **le corse rappresentano una scuola che forma come nessun'altra. È un'attività dinamica, con un calendario che ritma le scadenze, fissa l'obiettivo nel risultato.** È utile all'ingegnere e al meccanico, sviluppa la preparazione in base al budget determinato e la misura con la concorrenza.

La ricerca del risultato nel minor tempo possibile è una scuola impagabile. Nella visione giapponese, il personale racing è da sempre un patrimonio importante, gente capace di risolvere i problemi in pochissimo tempo. In Europa era diverso, tipicamente chi faceva le corse, rimaneva nelle corse. Ci sono persone che stavano con me all'epoca della Gilera (primi anni Ottanta) e sono ancora oggi nei paddock, come Silvano Galbusera capotecnico di Rossi. Se la situazione in 30 anni è cambiata, parte del merito credo sia mio e di Aprilia. Iniziando a lavorare con le università, ricevendo tesisti diventati in seguito nostri ingegneri, avviando scuole interne per meccanici e un centro aziendale per ricerca e innovazione. Strutture che a Noale erano dedicate al racing, e da allora sviluppano innovazione che oggi serve all'intero gruppo Piaggio. Per l'immagine, i massimi campionati sono universalmente utili per dare credibilità al prodotto e a far conoscere il marchio. Quando lavoravo in Cagiva, il brand era noto in Italia ma non nel resto del mondo. Le gare e i titoli conquistati furono utili a farlo conoscere. Fu così anche con Aprilia che negli anni Novanta portammo a una notorietà planetaria. **Per definire la potenza promozionale del racing, era vero il detto: «Vinci la domenica e vendi il lunedì».** Da appassionato pensi che, se una certa casa è arrivata a vincere, anche la moto di serie sarà un buonissimo prodotto. Una vittoria in gara, infatti, porta con sé un messaggio indiscutibile: sei il migliore. Nessuna campagna stampa ha una forza paragonabile. Anche se vai gridando su tutti i cartelloni che sei il più bravo, il tuo competitor potrà dire la stessa cosa con pari discutibile credibilità. Invece la gara non ha margine di interpretazione. Quando hai vinto... hai vinto! Sei stato il migliore, punto e basta.

Gareggiare per ricavarne tecnologia è invece una motivazione più relativa. Si sviluppa tecnologia specifica e tecnologia generica. Un buon know how è utile a tutti i livelli, per progettare qualcosa d'innovativo o semplicemente una moto affidabile che consuma poco. Invece **la tecnologia specifica è utile per realizzare repliche commerciali di superbike, motocross, enduro e trial.** Con due, tre anni di anticipo sulla produzione, si mette a punto la versione da vendere, il cliente lo sa e il nuovo modello diventa più appetibile. Con la MotoGP è diverso. Non c'è un legame con la produzione! Solo Honda ha messo in produzione una vera replica commerciale. Le conoscenze acquisite si mettono perlopiù nel cassetto.

Nel 2002 si sono abbandonate le 500 2T per adottare le 1000 quattro tempi, cercando un link con i modelli supersportivi di serie. Oggi è più indispensabile l'elettronica per misurarsi sui consumi (un Gp da 110 chilometri con 20 litri di benzina non è facile) e sull'affidabilità. Nell'intero mondiale 2015 ogni pilota MotoGP ha usato cinque motori (Ducati a parte) e sono davvero pochi, molto costosi e molto difficili da gestire. Perché richiedono uno sviluppo da organizzare con grande anticipo: dopo gli ultimi test invernali, i motori si congelano per tutta la stagione. Ma se un'azienda non ha tecnologie, la compra presso consulenti ed *engineering* disponibili. **Con le corse non c'è riscontro, perché la ricerca è passata in secondo piano rispetto alle attività promozionali e alla formazione aziendale.** O ancora credete che la vostra moto in garage sia portatrice di qualcosa servito a vincere una gara?

witt.indd 30 10/11/15 09:42