

Ancora oggi, nel paddock, tutti lo chiamano *l'Ingegnere*. Da giovane correa 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)



## SOGNO O SON DESTO?

**Bilancio dai Saloni di Colonia e di Milano. Molte moto sportive, senza compromessi e costose, nonostante la crisi del settore. Perché? Ecco spiegati i motivi**

Ai Saloni di Colonia e Milano molte Case hanno presentato novità impressionanti. **Honda RC213V**, **Yamaha R1**, **Kawasaki con compressore H2 e H2R** (quella da trecento cavalli) e le rinnovate **Ducati Panigale 1299** (con un enorme pistone da 116 millimetri di alesaggio), **Aprilia RSV4** e **BMW S1000RR**. Tutte moto da sogno, sportive senza compromessi e molto costose, nonostante il loro mercato si sia drasticamente ridotto.

Allora viene da chiedersi, perché destinare tante risorse a un settore pesantemente in crisi? Il progetto R1 di Yamaha era nato per tornare sul mercato e nel campionato Superbike con una moto competitiva da affidare a Valentino. Sì, perché due anni fa il ritorno di Rossi in Yamaha prevedeva l'eventualità del passaggio in SBK dopo le ultime stagioni in MotoGP. **Il progetto è andato avanti lo stesso e ora si presenta con caratteristiche tecniche elevatissime, come le novità di Honda e Kawasaki.** Sono modelli destinati a un numero limitato di appassionati, ma il loro scopo è quello di farne sognare molti di più.

**Il mercato occidentale si alimenta di emozioni, di motociclisti cresciuti identificandosi con un pilota, sognando la sua moto e una replica stradale.** È un déjà vu che tenta di rinnovare emozioni e desideri, a prezzi inevitabilmente cresciuti. Anche senza la Honda che si prepara a vendere la prima replica MotoGP a oltre centomila euro, ammortizzare tecnologie e dotazioni raffinate in un mercato sempre più

piccolo non può che far lievitare il conto. Assistere nuovamente a questo confronto tecnologico soprattutto fra le Case giapponesi mi fa però riflettere sul loro limite più grande. Nonostante abbiano la tecnologia per progettare e costruire di tutto, **sono rimaste prigioniere proprio della loro versatilità tecnica e della filosofia di marketing per il grande pubblico legata alle competizioni.** Altri marchi di successo come BMW, Harley-Davidson, Triumph e Ducati che sono più identificabili con la tecnica (boxer, desmo) e lo stile non hanno bisogno di mostrare muscoli e tecnologie estreme. **Costruire una R1, una RC213V o una H2 per sbandierare le proprie capacità progettuali e tecnologiche nasconde in realtà un grande bisogno di far guadagnare immagine e credibilità agli altri modelli del marchio.** Di far credere al cliente che ogni moto con quel marchio è sviluppata con una tecnologia superiore alla concorrenza. Questo ormai è lo scopo principale delle nuove supersportive giapponesi da copertina. A ben guardare anche Harley-Davidson ha un limite simile, un'identificazione fortissima con il lifestyle e un'immagine rumorosa, che ora tenta di superare col suo progetto più innovativo: **la LiveWire elettrica.** Una proposta per tentare la grande svolta verso una motorizzazione più rispettosa dell'ambiente, un coraggioso esercizio (ed esempio) di stile per sondare un mercato diverso. Perché una Harley si riconosce e piace prima di tutto per l'estetica, per il sound e per il richiamo a un preciso stile di vita. **La differenza è tutta qui.** Da una parte i giapponesi che continuano a riproporre i loro cliché di sportive con prestazioni crescenti, dall'altra gli americani che sondano il terreno per capire se una moto tanto diversa può trovare nuovi clienti. È un modo molto diverso d'interpretare la competizione commerciale, con le Case occidentali più attente a comunicare l'immagine e la riconoscibilità di uno stile, che filtra diversamente materiali e tecnologie. **Non vedo come l'imminente introduzione di normative Euro 4 più stringenti e una diversa attenzione del pubblico verso costi, consumi e prestazioni possano far tornare popolari le supersportive.** Con buona pace anche per gli aspetti promozionali legati allo sport motociclistico, che diventerà meno importante rispetto allo show.