

il reportage

Portafoglio tedesco, cuore e anima italiani: viaggio nello stabilimento Lamborghini di Sant'Agata Bolognese, alimentato dal più grande impianto fotovoltaico dell'Emilia Romagna Winkelmann: «Costruiamo auto estreme ma investiamo sull'ambiente: entro il 2015 ridurremo del 35% le emissioni nocive». A Ginevra anche la Ferrari 599 ibrida, la prima con motore elettrico

I NUMERI

1948 l'anno in cui nasce la Lamborghini Trattori Agricoli. Dal 1998 la Lamborghini è di proprietà Audi (Gruppo Volkswagen)

11 le Lamborghini mediamente prodotte al giorno (solo su ordinazione) dallo stabilimento di Sant'Agata Bolognese: 8 Gallardo e 3 Murcielago

342 chilometri all'ora, la velocità massima della Lamborghini Murcielago coupé. Per la Gallardo invece il limite è 330 km/h



La catena di montaggio della Lamborghini Murcielago. A sinistra, la nuova Ferrari 599 ibrida

DAL NOSTRO INVIATO A SANT'AGATA BOLOGNESE ALBERTO CAPROTTI

O perai che sembrano infermieri. Nemmeno una goccia d'olio per terra. Servono cinque giorni di lavoro di una squadra specializzata per assemblare una Murcielago in fibra di carbonio: la più economica costa 288.651 euro ma quando lo fai notare, la sarta (pardon, l'addetta alla selleria) piazzata dietro la sua macchina per cucire, ti guarda come se fosse ovvio e mostra tra due dita la pelle pregiata che usa. Velluto fine, impunture fatte a mano. Normale, no? Benvenuti a Sant'Agata, provincia del sogno motoristico italiano. Super-car, fuoriserie inarrivabili, certo. Ma serve una visita guidata allo stabilimento della Lamborghini per capire cosa c'è dietro. La tecnologia, la passione, il senso dell'ordine e della precisione. Artigianato puro sotto un tetto a pannelli solari, splendida commistione tra antico e moderno. Come tutto il resto. Portafoglio tedesco (dal 1998 la proprietà è Audi, Gruppo Volkswagen), ma cuore e anima italiani. Non si immaginava di sicuro Ferruccio Lamborghini quando aprì la sua fabbrica di trattori agricoli nel 1948 che il suo nome sarebbe stato associato per sempre al mito della velocità. Ma ancor meno, crediamo, che sul tetto dell'azienda qualcuno un giorno si sognasse di montare un impianto fotovoltaico da 17.000 mq (il più grande dell'Emilia-Romagna, con 1,4 megawatt di potenza). Anche i ricchi, invece, oggi diventano verdi. Automobile ed ecologia sono ormai concetti inscindibili. Anche su mostri di 6500 cc di cilindrata, capaci di raggiungere i 342 km. all'ora. «Il nostro mestiere - spiega Stephan Winkelmann, presidente di Lamborghini - è vendere auto estreme. Ma non vogliamo che i nostri dipendenti lavorino in condizioni estreme». Il sito produttivo di Sant'Agata Bolognese è stato trasformato all'insegna dell'energia rinnovabile con tanto di "benedizione" del ministro dell'Ambiente, Stefania Prestigiacomo. Il piano di interventi deciso sei mesi fa prevede un investimento di 35 milioni entro il 2015. «L'impianto fotovoltaico che alimenta la fabbrica - spiega Winkelmann - abbinato all'isolamento termico consentirà di ridurre del 30% le emissioni di anidride carbonica dello stabilimento: significa 1.067 tonnellate di Co2 in meno l'anno. Per fare un paragone, è quanto ne assorbirebbe un bosco di 1.200 piante...». Ma la svolta, più concettuale che sostanziale, riguarda le auto: «Il nostro

Eco-fuoriserie Anche i ricchi diventano verdi

obiettivo - continua il presidente di Lamborghini - è la riduzione delle emissioni nocive del 35% entro il 2015 su tutte le nostre vetture. Una missione che vogliamo perseguire con grande impegno, senza mai rinunciare all'esclusività dei nostri modelli». Un esempio concreto di innovazione mirata, attraverso il concetto di ottimizzazione del rapporto peso-potenza, è la versione Superleggera della Gallardo LP 560 che la Casa di Sant'Agata presenta in questi giorni al Salone di

Ginevra. Non un caso isolato nel panorama delle fuoriserie. Basti pensare alla Ferrari 599 ibrida che debutta proprio a Ginevra: la prima nella storia di Maranello con motore elettrico alimentato da batterie a ioni di litio abbinato al possente benzina V12, per un risparmio energetico del 35% grazie anche al sistema di ricarica derivato dal Kers di Formula 1. Tornando a Lamborghini, per sviluppare prodotti sempre più ecologici, è stato creato un gemellaggio con l'Università di

Washington, che nei laboratori dell'Advanced Structures di Seattle sperimenta applicazioni avanzate dei materiali compositi. «E' una delle chiavi vincenti - spiega Maurizio Reggiani, direttore Ricerca e Sviluppo del marchio di Sant'Agata - verso traguardi inimmaginabili solo pochi anni fa. La riduzione dei pesi, nelle supercar estreme come le nostre, si ottiene principalmente così. La base resta il carbonio, ma la differenza tecnologica la fa lo studio della

definizione dei compositi in base ai pesi, ai costi e alle proprietà meccaniche. Non a caso ci avvaliamo anche dell'esperienza aeronautica della Boeing, la più avanzata al mondo sui materiali compositi». L'obiettivo è una Lamborghini che, senza compromessi, pesi non più di 1.100 kg e incrementi ulteriormente il rapporto peso-potenza, consumando il 20% in meno. Uno sforzo notevole, considerando che il prodotto è - a dir poco - di nicchia: Lamborghini produce appena 8 Gallardo e 3 Murcielago al giorno (nel 2008 il record di 2430 vetture immatricolate), naturalmente solo su ordinazione. Alla ricerca però viene dedicato l'8% del fatturato e 300 degli 800 addetti di Sant'Agata, senza contare il prezioso supporto del Gruppo Volkswagen. La fabbrica - che assembla molti componenti provenienti dalla Germania - è stata completamente rimodernata, mantenendo però il layout di sofisticata boutique tecnologica. «La nostra - fa notare con orgoglio Winkelmann - è l'unica casa automobilistica italiana con certificazione Emas, l'attestato europeo di sostenibilità ambientale». Un impegno a tutto campo. Con un adeguato sistema di controllo della catena dei fornitori, sono stati ridotti del 65% gli imballaggi a perdere e del 24% i rifiuti per vettura costruita. «Ogni auto oggi è riciclabile al 99% - aggiunge Reggiani - . Ma diciamo la verità: chi mai rottamerebbe una Lamborghini?».

LA NOVITÀ



Countryman, la prima Mini aperta in quattro

Dopo la berlina, la Cabrio e la Clubman e in attesa della spider e della coupé, la famiglia della Mini si allarga di nuovo. Il quarto elemento è l'attesa... cugina di campagna, la Countryman, che declina la filosofia del marchio anglo-tedesco anche in chiave country-chic. Cambiano gli ingredienti ma non il sapore della ricetta: cresciutella ai limiti del paffuto e con sguardo e forme ammiccanti, la nuova arrivata appare sin dal primo sguardo una Mini vera. La grande svolta è rappresentata dalle quattro porte, per la prima volta su una Mini nella storia del marchio anglo-tedesco. Del tutto inedita anche la trazione integrale permanente, ottenibile a richiesta con le versioni Cooper, mentre di norma i cinque motori (tre a benzina e due a gasolio, con potenze comprese tra i 90 e 184 cv) sfruttano la trazione anteriore. Più alta da terra rispetto alle Mini classiche e con i suoi quasi 4 metri di lunghezza, la nuova Countryman è di fatto un Suv e nemmeno tanto piccolo: i puristi del marchio resteranno perplessi ma c'è da scommettere che risulterà la novità più modaiola del 2010. Rispetto alla citycar a 3 porte, finalmente c'è un bagagliaio degno di tal nome (350 litri) e dietro si sta più comodi (in due), ma il quinto posto è optional (a costo zero). Arriverà in Italia a settembre, con prezzi a partire da 21.000 euro.

Non riesco a capire questa voglia di rifarsi al passato. Vecchi miti, vecchi copioni... Per rivedere lo stesso film? Fate una cosa nuova. Vivete la vita. Adesso.

Marcello Mastroianni nello spot Citroën

auto e spot

Con Marilyn Monroe e John Lennon presta voce e volto per il lancio della nuova DS3

DA MILANO

Marcello Mastroianni, John Lennon e Marilyn Monroe. Grandi personaggi che non ci sono più, ma che restano molto presenti nell'immaginario collettivo di



chi ama cinema e musica, immortali e "trasversali". Per questo Citroën li ha scelti come icone per la campagna pubblicitaria di lancio della DS3. Innovativa l'auto, assolutamente inedito anche il modo di pubblicizzarla. Massimo Borio, direttore marketing e comunicazione di Citroën Italia ha approfondito il concetto che ha ispirato la creatività della campagna televisiva (che in Italia vedremo a partire dal 14 marzo) spiegando che «con la nuova DS3, Citroën non cerca di tornare indietro, riciclando un mito come la DS, ma vuole riprendere i valori di modernità, raffinatezza,

seduzione e innovazione che avevano reso grande quel modello, attualizzandolo in un'auto decisamente moderna, capace di reinventarsi». Lo slogan «anti retrò» viene sottolineato nei tre diversi spot dalle parole del testimone: Mastroianni, ad esempio, afferma: «Non riesco a capire questa voglia di rifarsi al passato. Vecchi miti, vecchi copioni. Per rivedere lo stesso film? Fate una cosa nuova. Vivete la vita. Adesso». Parole che sembrano essere state preparate per questo spot ma che in realtà sono tratte da un'intervista rilasciata alla BBC agli inizi degli Anni '80 dal grande attore scomparso nel 1998.

Per le sue caratteristiche e il suo design la Citroën DS3, che sarà commercializzata a partire dal 21 marzo, si propone davvero come un'auto diversa nel panorama automobilistico e può essere personalizzata al massimo dal cliente, invitato a "disegnarsi" l'auto tra 38 possibili combinazioni (12 colori della carrozzeria diversi, 4 del tetto, 12 cerchi e 8 varianti per gli interni). Proprio per riprendere i valori d'innovazione che la Citroën DS ebbe negli Anni 50, la DS3 sarà tra l'altro la prima auto europea che grazie a un contratto con un gestore di telefonia mobile irraggerà al suo interno un segnale wi-fi a cui connettersi con telefoni, iPod,

computer, Playstation e quant'altro sia in grado di agganciare il segnale. Il marchio francese punta molto sulla sua ultima nata: le previsioni di vendita entro la fine del 2010 parlano di 10 mila unità solo in Italia. Il pubblico potrà scoprire la DS3 anche al Salone del Mobile di Milano in una manifestazione legata al design, dopo averla vista nell'Anti retrò-day, sabato scorso, con oltre 500 DS3 messe a disposizione da 180 concessionari che hanno sfilato nelle vie di oltre 200 città. Inoltre, il 14 marzo verranno consegnate le prime 250 DS3 prenotate via Internet durante il Salone di Francoforte dello scorso settembre. (A.C.)

L'anti-retrò: ora Mastroianni sale in Citroën