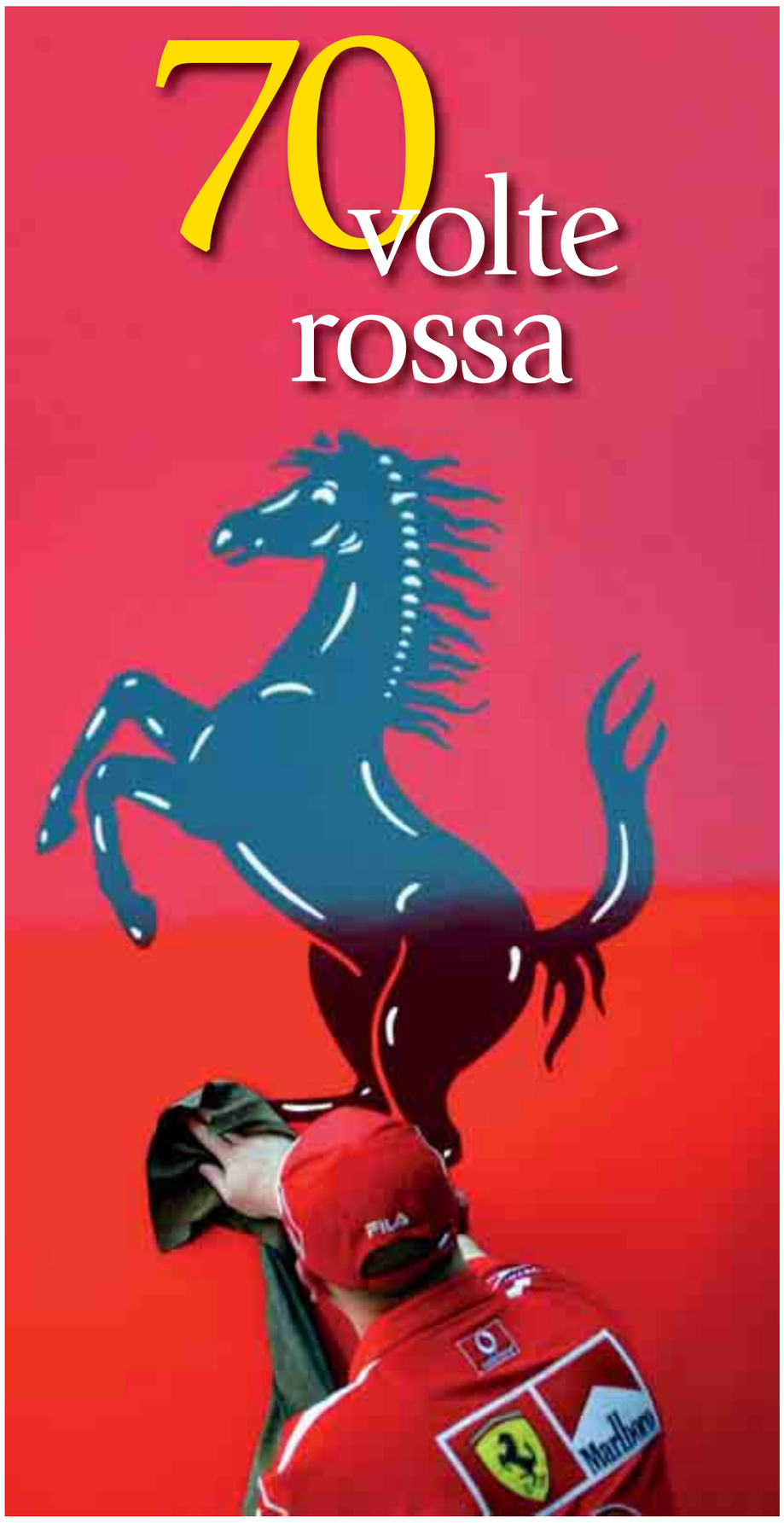
Parco Valentino celebra anche i primi 70 anni della Ferrari. Pietro, figlio di Enzo: «Una storia di passione così incredibile che nemmeno io so spiegarmela. Papà è un mito, ma per me era solo l'uomo con cui confrontarmi. La Formula 1 aiuta ma noi vendiamo auto anche se perdiamo»

70 volte rossa



PAOLO CICCARONE

Seduto su una panchina del Parco del Valentino, tantissimi anni fa, subito dopo la fine della prima guerra mondiale. Torino, un giovane alla ricerca di un lavoro, la Fiat che lo rifiuta, la disperazione di non sapere più che fare, il dover tornare a casa nel paesello in provincia di Modena senza una risposta, senza una certezza. E quello che sarebbe diventato il mito per milioni, anzi miliardi di appassionati, scoppia in lacrime, disperato. Un episodio che Enzo Ferrari ricordava ciclicamente quando doveva ripercorrere i momenti neri della sua storia.
Vicino a quella panchina, oggi ci sarà una celebrazione, un tributo dedicato ai 70 anni della Ferrari e a Enzo Ferrari con tante delle sue macchine esposte nel Cortile del Castello del Valentino. E sarà un modo per chiudere il cerchio, dalle lacrime di un giovane disperato di allora al trionfo del marchio di oggi.
All'epoca, quando nacque la scuderia, Piero Ferrari era solo un bambino di due anni e suo padre, quell'uomo burbero, era semplicemente il padrone. Le officine sfornavano auto sportive e da corsa, gente che andava e veniva. Personaggi importati, politici, attori, cantanti, capi di stato e altro ancora. Maranello era solo un piccolo centro del modenese, dove un vecchio appassionato di motori aveva eletto la sua dimora, costruendo auto che la domenica dovevano andare più forte delle altre. Del mito Ferrari, all'epoca, non c'era traccia, ma forse una senzazione nell'aria doveva esserci, un sentore di un qualcosa di chi sta scrivendo una pagina di storia.

Piero Ferrari

Dopo 70 anni, Piero Ferrari, figlio di Enzo, il fondatore della Rossa più famosa del mondo, cosa ricorda di quei momenti?
«Certo, se guardo a cosa era la Ferrari a quel tempo e cosa è diventata oggi, mi tremano i polsi. Mi chiedo come sia stato possibile costruire tutto questo passo dopo passo, diventare quella che è oggi la Ferrari. Vado negli Stati Uniti e celebrano il Cavallino Rampante. Vado negli Emirati e hanno una venerazione, si corre la domenica una gara e ci sono le bandiere che sventolano in tribuna. Per fortuna tutte le mattine che entro in azienda, non mi pongo il problema, non mi fermo a pensare a cosa stiamo facendo e dove stiamo andando. Per me è semplicemente un rifugio, entro dalla porta, faccio le mie cose, poi torno a casa. Se dovessi pensarci, e qualche volta mi è successo, mi gira la testa...».
Ha mai avuto, da bambino, la percezione che si stesse realizzando qualcosa di unico?
«No, affatto. C'era la percezione di fare bene per la gara seguente, di battere i rivali, di capire i perché di una sconfitta, ma era tutto un fare quotidiano, non so se mi spiego. Non è che lavorando da mattina a sera uno dice: sto facendo la storia».
Chi era Enzo Ferrari veramente, oltre che suo padre?
«Era l'uomo, colui con cui confrontarsi tutti i momenti. Per gli altri era il mito, ma solo per gli altri. Sono due prospettive diverse, due modi differenti di vivere le situazioni. Di sicuro posso dire che la Ferrari di oggi sarebbe piaciuta a mio padre, per lo spirito competitivo che ha, perchè la scuderia si pone sempre degli obbiettivi più alti, perchè non si arrende mai».
Jackie Stewart, tre volte campione del mondo di F.1 che non corse mai con la Ferrari dice che negli anni 50 e 60 le vetture GT più belle e intriganti non erano certo le Ferrari. C'erano le Maserati, le Alfa Romeo, le Bugatti. Ma la Ferrari vinceva, e chi va veloce lascia il segno...
«Rispondo con una constatazione semplice: se la domenica vinciamo un Gran Premio, il lunedì mattina non c'è la fila a comprare le nostre auto. Quindi se la Ferrari oggi è quella che è, lo deve alla Formula 1, ma è anche vero che per moltissimi anni non abbiamo vinto niente. Quindi conta sopratutto il valore delle nostre vetture, che sono apprezzate in tutto il mondo. Questo per rispondere a Stewart, un grandissimo campione che non ha mai corso per la Ferrari e che mio padre avrebbe voluto con sè».
Parlando di suo padre, avrebbe certo apprezzato sapere che nel mondo siete più popolari della Coca Cola o di Microsoft...
«E' vero e la cosa mi stupisce, perché nel mondo di solito sono i marchi americani e anglosassoni ad imporsi, invece Ferrari è un marchio profondamente italiano, qualcosa che unisce fascino e tecnologia. Un'eccellenza, come le abbiamo in altri settori, penso alla moda tanto per dirne una, e si va oltre il solito stereotipo di pizza, spaghetti e roba simile. Davvero sono stupito, specie se penso al calore della gente quando mi incontra o quando vanno al Ferrari World ad Abu Dhabi o altrove dove c'è il nostro marchio a fare da calamita».
Domenica scorsa la Ferrari ha fatto una storica doppietta al GP di Montecarlo, la gara più blasonata del Mondiale, ma la mente è già al prossimo Gran Premio in Canada.
«Fa parte della nostra visione, d'altronde mio padre diceva sempre che la macchina più bella e più veloce sarà la prossima. E vale anche per le corse. Mi ha fatto immensamente piacere vincere nel Principato, non capitava da 16 anni e poi in quel modo, davvero incredibile. Ma ogni due settimane abbiamo un esame da superare e tempo per festeggiare ce ne è poco...».
Certo, come da tradizione, ma visto che si celebrano i 70 anni Ferrari, di sicuro lei una mezza idea su come festeggiarli degnamente, mi sa che l'ha in mente...
«Non mi faccia parlare e non mi faccia dire niente. Lo faccio per scaramanzia, ma d'altronde non ci vuole molto a capire come vorrei celebrare a fine anno questa stagione... Ci siamo capiti, vero?».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

perchè il Cavallino

"Colpa" di Francesco Baracca

Francesco Baracca, medaglia d'oro della prima guerra mondiale, adottò l'emblema del cavallino rampante, dipingendolo sulla fusoliera del suo aereo. I genitori di Baracca affidarono l'immagine a Enzo Ferrari, che lo scelse quale simbolo della scuderia (apponendolo su uno scudo giallo, colore della città di Modena, sormontato dal tricolore).

perchè Rossa

Un colore da competizione

Fin dal 1920, le auto da corsa italiane abbandonarono il colore nero per adottare il rosso. Alfa, Maserati e in seguito Ferrari verniciavano con questo colore le loro vetture da competizione, affinché il pubblico potesse distinguere le squadre italiane che gareggiavano in campionati automobilistici. Colore che Ferrari non ha mai abbandonato.

i numeri

Enzo Ferrari

1947

IL DEBUTTO

La storia dell'azienda comincia ufficialmente nel 1947, quando dallo storico portone di via Abetone Inferiore a Maranello uscì la prima auto marchiata Ferrari, la 125 S, una vettura frutto della passione del fondatore Enzo Ferrari. Nato a Modena il 18 febbraio 1898 e scomparso il 14 agosto 1988, Enzo Ferrari ha dedicato tutta la sua vita alle corse. Pilota ufficiale dell'Alfa Romeo nel 1924, nel 1938 diventò direttore di Alfa Corse, incarico che lasciò nel 1939 per fondare, presso la vecchia sede della Scuderia, l'Auto Avio Costruzioni. Alla fine del 1943 le officine furono trasferite da Modena a Maranello

5.000

LE VITTORIE

Schumacher

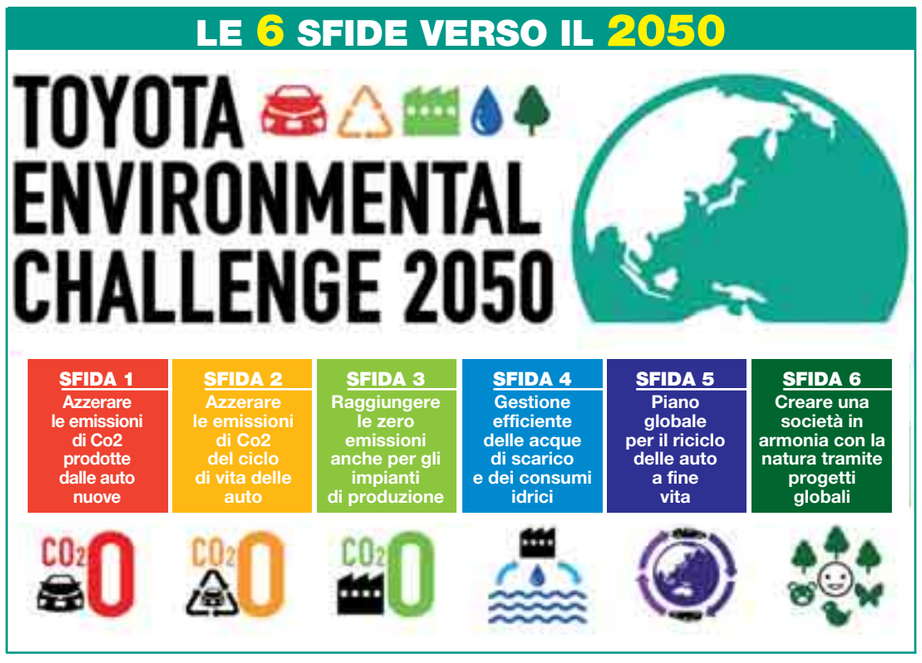
Da allora la Ferrari ha colto sui circuiti e sulle strade di tutto il mondo oltre 5.000 vittorie, creando le basi della leggenda Ferrari. Ad oggi i successi sportivi più significativi sono: 15 Campionati del Mondo Piloti F1, 16 Campionati del Mondo Costruttori F1, 14 Campionati del Mondo Marche Sport, 9 successi alla 24 Ore di Le Mans, 8 alla Mille Miglia, 7 alla Targa Florio e 226 vittorie in Gran Premi F1.

2015

LA BORSA

Nel 1969, per far fronte alle crescenti richieste del mercato, Enzo Ferrari cedette al Gruppo Fiat il 50% delle sue quote azionarie, percentuale salita al 90% nel 1988. Nel 1991 venne nominato presidente Luca di Montezemolo che è rimasto in carica fino all'ottobre 2014, quando al vertice dell'azienda è arrivato Sergio Marchionne, che attualmente ricopre anche il ruolo di Amministratore delegato. Sotto la sua guida, Ferrari è stata quotata prima alla Borsa di New York nell'ottobre 2015 e nel gennaio 2016 alla Borsa di Milano, ed è diventata una Società indipendente.

LE 6 SFIDE VERSO IL 2050



Addio ai carburanti tradizionali La lunga sfida ambientale di Toyota

Una scalata a tappe per ridurre le emissioni, iniziata 20 anni fa con la Prius. Ora anche un piano organico che coinvolge tutto il processo industriale e punta su ibrido e idrogeno. Così il marchio giapponese continua a guidare il cambiamento

ALBERTO CAPROTTI

Fabbrica 10 milioni di automobili l'anno, in 63 stabilimenti sparsi in tutto il mondo. Ma ha compreso da tempo che per restare in vetta alla classifiche è indispensabile che le sue vetture – dal design alla produzione, dall'utilizzo quotidiano allo smaltimento – abbiano un impatto ambientale il meno invasivo possibile. Perchè se l'uomo e la macchina che lo trasporta non convivono in armonia, l'equilibrio si rompe per sempre.
Anche i marchi concorrenti riconoscono a Toyota il ruolo di pioniera in questo senso: la "mobilità sostenibile" di cui tutti parlano oggi, in pratica l'hanno inaugurata i suoi ingegneri quando battezzarono la prima auto ibrida in assoluto, che non a caso chiamarono Prius. Era il 1997, preistoria pura. Dopo aver scelto la "Smart innovation" come modello di business, da qualche tempo il brand giapponese ha lanciato una nuova sfida, delineando le linee guida per i prossimi 35 anni, e definendo specifici obiettivi progressivi.
Riassumendo, il Toyota Environmental Challenge 2050 prevede: non produrre più vetture alimentate con carburanti tradizionali dopo il 2025; ridurre la media globale delle emissioni di CO_2 del 90% entro il 2050; azzerare qualsiasi emissione di CO_2 dal ciclo di vita della vettura; raggiungere impianti di produzione a zero emissioni entro il 2050; abilitare una gestione efficiente delle acque di scarico e minimizzare i consumi idrici; promuovere un piano globale per il trattamento dei veicoli a fine ciclo di vita e creare una società in armonia con la natura.
Un progetto visionario? Forse. Ma l'ambizione pare molto seria perchè è puntellata da precise ricette attraverso le quali arrivare al traguardo. Il marchio ha annunciato di voler vendere dal 2020 almeno 30.000 vetture equipaggiate con celle a combustibile (Fuel Cell) e 1,5 milioni di vetture Hybrid. E ha calcolato che con questi numeri potrà ridurre di oltre il 22% la media delle emissioni di CO_2 dei nuovi modelli entro il 2020 (rispetto al 2010).
Obbiettivi realistici, grazie al traguardo appena tagliato dei 10 milioni di veicoli ibridi costruiti dal 1997 ad oggi. L'ultimo rapporto pubblicato da Transport & Enviroment, che classifica i marchi automobilistici sulla base delle minori emissioni di CO_2 a livello europeo, ha evidenziato infatti come Toyota, nel 2014 abbia conquistato la posizione d'onore con l'emissione di 112,8 g/km. Toyota si troverà, in questo modo, ad arrivare prima del tempo - previsto dall'Europa per il 2021 - all'abbattimento delle emissioni di CO_2, anticipando di ben 2 anni quanto richiesto dalla normativa.
L'idrogeno continua a essere comunque una chiave importante della strategia del costruttore giapponese, che vuole aumentare la produzione di Mirai, prima berlina a celle combustibili al mondo prodotta in serie, passando entro la fine del 2017 da 700 a 3mila unità all'anno. Ma quanto il marchio creda nella diffusione dell'idrogeno su larga scala, lo dimostra anche il fatto che ha reso accessibili a titolo gratuito 5.680 brevetti per 5 anni, a chiunque voglia avvalersene per contribuire allo sviluppo di questa tecnologia.
Questo e altro ancora sarà bello ricordare passando in questi giorni al Salone di Torino davanti allo stand Toyota, dove saranno esposte la nuova spigolosissima CH-R e la LC Hybrid di Lexus, brand di lusso del costruttore giapponese che già da tempo ha svoltato producendo solo modelli ibridi. Prima di tutti, come vuole la regola della Casa per un mondo diverso, e possibilmente migliore.

© RIPRODUZIONE RISERVATA