



**NOSTALGIA**  
Ivano Beggio,  
59 anni, titolare  
dell'Aprilia.

PERSONAGGI L'UOMO CHE RILANCIA I BLASONI DELLE DUE RUOTE

# MITO IN MOTO

*È partito da una fabbrica di biciclette. Ha creato uno dei più grandi gruppi motociclistici d'Europa. Ha battuto i giapponesi sulle piste. E ora Ivano Beggio si toglie la soddisfazione più grande: ridare lustro al fascino Guzzi.*

■ di STEFANO LORENZETTO

**È** stato fino all'ultimo uno dei crucci di Cesare Marchi. Presentatosi negli anni 50 a casa di Antonio Ligabue nella Bassa emiliana in sella a una Guzzi nuova fiammante, lo scrittore si vide offrire dall'artista naïf tutte le tele esposte nell'atelier in cambio della motocicletta. «Se avessi accettato, oggi sarei miliardario» non si dava pace lo scrittore. Un'avventura analoga capitò a Giorgio Ghelfi, decano dei galleristi italiani, dal quale lo stralunato pittore di Gualtieri pretese in anticipo dieci Guzzi Galletto per dipingere su commissione una partita di quadri.

Ivano Beggio, patron dell'Aprilia, secondo produttore di motociclette in Europa, non s'è ancora ridotto come Ligabue. Ma certo deve aver preso una scuffia in piena regola se ha deciso d'inve-

stire 60 milioni di euro in questo oggetto del desiderio diventato mito per intere generazioni di italiani: 40 milioni per la Società anonima Moto Guzzi creata nel 1921 a Mandello del Lario, sul Lago di Como, e 20 milioni per sanare l'indebitamento. Ci aveva provato una prima volta nell'88, offrendo 12 miliardi di lire. Ed era tornato alla carica nel '94, pronto a scucirne 50. Al terzo tentativo, nel 2000, c'è finalmente riuscito.

La mossa di Beggio ha segnato il momento più avvincente nella corsa a ostacoli che piccoli e grandi gruppi stanno disputando già da qualche anno per accaparrarsi i blasoni decaduti del motociclismo, da Benelli a Mv Agusta, da Laverda a Bimota (*vedere servizio a pagina 167*). Una sfida giustificata ampiamente dalla posizione di supremazia occu- ▶

MASSIMO VIEGNI/MAGOECONOMICA

## L'AQUILA RIPRENDE IL VOLO



La nuova Guzzi Brevia con il classico bicilindrico a «V» e, nella foto piccola, l'antenna V7 di fine anni 60.

L'obiettivo di Beggio è riportare la Guzzi in utile nel 2003 e produrre 2.500 Brevia quest'anno e 5 mila il prossimo.





## MONOPOSTO DI LUSSO



Anche la Laverda è finita nelle mani di Beggio. Il suo obiettivo è rinverdire i fasti della mitica 750 Sf (a destra) con una nuova

bicilindrica che è stata presentata al Motor show di Bologna. Prodotta in serie limitata, è stata battezzata 1000 Sfc.



► padre, Beggio può sprigionare il sacro fuoco che gli ardeva in petto fin dall'adolescenza. La sua prima creatura è un cinquantino da cross, lo Scarabeo.

Subito dopo si butta nell'agonismo. «Non si possono costruire buone moto senza farle gareggiare. La competizione sportiva è un'occasione imprescindibile di conoscenza. Ti confronti con i concorrenti, capisci dove sbagli, rubi i segreti del mestiere ai meccanici». I campionati triveneti sono il primo gradino. A metà degli anni 70 l'esordio nella classe 125. Gli occorre un personaggio di fama nazionale: lo trova in Ivan Alborghetti. A segnalargli quel pilota allampanato è Andrea Mosconi, proprietario della Hiro di Origgio, fabbrica di prestigio che costruisce componenti per Ancillotti e Tgm. «Mi ero presentato a Mosconi per chiedergli se poteva fornire anche a me i suoi motori. Mi raggelò dicendo che ne dovevo ordinare come minimo 700 l'anno. "Ma io ne userò sì e no 70" balbettai. Dopo due ore di trattativa, lo convinsi a darmene uno. Rammento ancora l'importo dell'assegno: 480 mila lire. Al momento di firmarlo mi tremava la mano».

Alborghetti porta al successo la casa veneta nel campionato italiano 125. È il 1978. Un altro paio d'anni e il proprietario dell'Aprilia si affaccia nel mondiale velocità classe 250. Ci investe appena 150 milioni di lire, quando le altre scuderie stanziavano almeno 5 miliardi. Tutti a chiedersi: ma chi si crede d'essere, 'sto Beggio? Fino al trionfo di domenica 14 giu-

gno 1992 («il giorno più bello della mia vita»), quando nel Gran premio di Germania, sulla pista di Hockenheim, annienta i rivali del Sol Levante conquistando i primi tre posti nella 250 e il podio più alto anche nella 125. Successo completato, 12 domeniche dopo, il 6 settembre, dal memorabile bis sul circuito sudafricano di Kyalami: primo titolo mondiale nella 125 e altra fantastica tripletta nella 250. «Tutte le notti ero perseguitato da un incubo: un magnate dagli occhi a mandorla che veniva a darmi ordini» svela l'imprenditore. «Da allora me ne sono liberato».

**Con i giapponesi ha sempre avuto un rapporto conflittuale:** «Non hanno proprio nulla da insegnarci. Io li ho visti nelle loro fabbriche. Corrono da una moto all'altra come api impazzite. Ne imbullonano tre al colpo. Però non vorrei mai che i miei operai lavorassero così. Mi sembrano robot. Tanto metodo, poca creatività. Sono costretti a comprare il gusto. Vengono a cercarsi i grafici a Treviso. Aprono centri di design a Milano. Poareti, de estetica no' i capisse un tubo...». Vuoi mettere la vena artistica di Beggio? «Lei ricorda i colori delle vec-

chie moto Guzzi o Gilera? O bianco, o rosso, o nero. Trasmettevano un'immagine mummificata del prodotto. Io invece ne ho colto il lato emozionale, divertente. Più il bolide diventa veloce e più bisogna mitigarne l'aggressività con tinte giocose. Così ho puntato su lilla, giallo limone, arancione, verde, persino sul viola. Una fantasia che ha catturato gli adolescenti e stuzzicato i quarantenni».

Adesso la sfida è sul rosso, tutt'altro che metaforico, della Guzzi. «Quando l'ho acquisita» spiega il presidente del gruppo Aprilia «perdeva 24 miliardi di lire. L'anno successivo eravamo già riusciti a dimezzare il passivo. La produzione è passata da 6 mila a 9 mila moto. A fine 2003 prevediamo di tornare all'utile».

Beggio conta di tagliare il traguardo a cavallo della nuova Brevia, una 750 dal nome beneaugurante: si chiama come il vento che spazza via i nuvoloni neri sul Lago di Como. «L'obiettivo è di venderne 2.500 quest'anno e 5 mila il prossimo». Nel frattempo sarà pronta un'altra due ruote ad alte prestazioni, dal nome decisamente meno beneaugurante: Griso, come il capo dei bravi di don Rodrigo nei *Promessi sposi*.

«La nostra nuova filosofia aziendale, denominata kaizen, si basa sul miglioramento continuo della qualità» conclude Beggio. I suoi manager devono essersi dimenticati di dirgli che il kaizen è un concetto antichissimo della cultura nipponica applicato all'industria dopo la Seconda guerra mondiale e adottato per primo come modello organizzativo dalla Toyota. Mica facile liberarsi dei giapponesi. ●

**SUCCESSI**  
Il fuoriclasse dell'Aprilia  
Colin Edwards.





## IL RITORNO DELLO SCARABEO

aprilia

Uno dei prodotti più indovinati dell'Aprilia è lo Scarabeo, scooter a ruota alta prodotto con motori di varie cilindrata,

fino alla versione 500 (foto). A destra il cinquantino da cross Scarabeo che l'Aprilia produceva negli anni Settanta.



▶ pata in questo comparto industriale dall'Italia, che con appena una decina di aziende (Piaggio, Aprilia e Ducati le più importanti) è al secondo posto nella classifica mondiale, dopo il Giappone, per fatturato (4 miliardi di euro l'anno), per numero di addetti (90 mila con l'indotto) e per quantità di veicoli prodotti (390 mila moto e 360 mila ciclomotori).

Proprio come Ligabue, Beggio ha subito il fascino del marchio Guzzi, un'aquila in volo, fin dal colore, quel rosso fuoco così indistinguibile dal rosso Ferrarini. Sempre avuto un debole, l'imprenditore veneziano di Noale, per il cromatismo. Prendete l'oro e l'azzurro: questi due colori gli ricordano Franco Morini da Casalecchio di Reno. E un Morini è stato la sua prima passione. Un 50 centimetri cubici costruito di notte, senza che papà Alberto se ne accorgesse. «I pezzi andavo a comprarli di nascosto»

si emoziona. «La forcella da Paioli a Sant'Agata Bolognese, il serbatoio da Peripoli a Montecchio Maggiore, il motore da Morini». Alla fine Beggio corse dal verniciatore Galante, alle porte di Padova. «Mi dipinga d'oro i parafranghi» lo istruì «ma ci metta un cuneo azzurro al centro. E poi voglio una freccia dello stesso colore anche qui, sul serbatoio, così sembrerà ancora più aerodinamico». Ad appena 16 anni aveva già capito, sulla scia di Henri Matisse, che «il colore è una liberazione». E il ragazzo di paese doveva affrancarsi da un padre severissimo, riparatore di biciclette, che giudicava sconsiderato quel figliolo tutto preso dalla febbre dei motori: «Cre-

deva che il mondo fosse destinato a pedalare in saecula saeculorum».

L'azienda porta ancora il nome che gli diede papà: Aprilia. «Aveva chiamato le sue biciclette come la leggendaria auto della Lancia, convinto di venderne di più». Il primo laboratorio era a Rio San Martino, frazione di Scorzè (Venezia), 500 anime. È lì che il 31 agosto 1944, sotto i bombardamenti, vede la luce il piccolo Ivano. «La casa serviva anche da magazzino. Ricordo che sotto il mio letto papà teneva i fanali, marca Radius. Buffo il destino: il figlio del titolare di quella fabbrica di Ferrara poi diventò ingegnere e venne a lavorare da me».

Di buttarsi sui motorini il vecchio, nonostante le insistenze del figlio, non volle mai saperne. Solamente nel '69, quattro anni dopo la morte del ▶

## INSEGUIMENTO

Una Ducati e, sotto, una nuova Benelli.



PIGI CIPELLI



## Ruggiscono le vecchie glorie

Sulla scia della Ducati risorgono marchi mitici come Mv e Laverda

Sulla scia del successo della **Ducati**, molti imprenditori si sono lanciati alla riscoperta di marchi storici del motociclismo. Pochi mesi dopo aver acquistato la Guzzi, Ivano Beggio s'è sentito quasi in obbligo, date le sue origini venete, di rilevare anche la **Laverda**, fondata nel 1947 a Breganze (Vicenza) da Francesco Laverda. L'intenzione del gruppo Aprilia è di rivendere i fasti della mitica 750 Sf con una nuova bicilindrica che è stata presentata al Motor show di Bologna. Il gioiello tecnologico, rigorosamente monoposto e realizzato in serie limitata, è stato battezzato 1000 Sfc e andrà in consegna l'anno prossimo. Ma il vero business

della Laverda, che fa storcere il naso ai puristi, in questo momento è rappresentato dai quad (dal francese quadricycles), motociclette a quattro ruote motrici che si guidano come le motoslitte.

Tra le moto di grossa cilindrata di vecchia tradizione è tornata in auge la **Benelli**, ora di proprietà di Andrea Merloni, 35 anni, figlio di Vittorio, l'imprenditore degli elettrodomestici. Era uno dei marchi, insieme con Maserati, Innocenti e Guzzi, che non era riuscito a risolvere Alejandro De Tomaso. «Quando comprai la società nel '96, l'unica cosa buona rimasta era il marchio».

Altro marchio in fase di re-

cupero è **Mv Agusta** di Varese, rimasto nell'albo d'oro per i successi mondiali di Giacomo Agostini. Con Cagiva e Husqvarna fa capo all'omonimo gruppo di Claudio Castiglioni, finito in amministrazione controllata. Saltato l'accordo con la Piaggio, che nel luglio 2001 aveva rilevato il 20 per cento

delle azioni, la produzione è ripartita grazie a 25 milioni di euro erogati dalla Banca Intesa. Il dirompente divorzio dalla Piaggio (Castiglioni ha chiesto nelle aule giudiziarie un risarcimento di 120 milioni di euro) ha mandato all'aria i progetti per una nuova **Gilera** che il gruppo di Pontedera avrebbe dovuto sviluppare in sinergia con la Mv.

Nelle mani di Lorenzo Cavallieri Ducati, erede dell'omonima dinastia bolognese che cedette la casa motociclistica al fondo Texas Pacific group, è infine tornata a splendere da pochi mesi la stella della **Bimota**, storica azienda riminese specializzata nelle fuoriserie da 25 mila euro in su. (S.L.)