

Il romanzo della Vespa

Andrea Rapini

La costruzione dell'oggetto

La Vespa è certamente lo scooter più famoso del mondo, anzi, per svariati decenni, almeno sino alla fine degli anni ottanta del Novecento, quando la concorrenza giapponese è diventata molto aggressiva, la sua fama è stata tale da sovrapporre il nome proprio Vespa al nome comune scooter nell'immaginario collettivo. In altri termini, Vespa è stato sinonimo di scooter: un autentico miracolo semiotico rincorso da ogni marchio industriale!

Nata ufficialmente nell'aprile del 1946 all'interno delle officine della Piaggio di Pontedera, la Vespa ha subito pochissime modifiche nel corso del tempo, conservando inalterate gran parte delle sue caratteristiche estetiche e motoristiche sino ad oggi. Dopo il successo ottenuto in Italia già alla fine del 1947, è penetrata rapidamente nei mercati esteri: Francia, Spagna, Germania, Grecia, Stati Uniti, Asia, Sud America. Nel secondo dopoguerra ha avuto un ruolo centrale nella motorizzazione di massa di tutti quei paesi — come l'Italia — in cui le automobili erano ancora troppo costose per le classi subalterne. Contemporaneamente, si è stagliata anche come un bene di consumo dotato di spiccate proprietà immateriali. Lo scooter italiano è diventato il simbolo del "miracolo economico", dischiudendo, grazie ai dispositivi della *publicity* aziendale, immagini di libertà, di seduzione, di femminilità, di sportività e di giovinezza².

Secondo il lessico economico, la Vespa può essere definita un'innovazione di prodotto. L'autorappresentazione dell'impresa racconta tale innovazione come una novità rivoluzionaria senza rapporti col passato e soprattutto come il risultato dell'esclusiva sinergia tra due figure geniali: il proprietario-imprenditore Enrico Piaggio e l'ingegnere aeronautico Corradino D'Ascanio, l'uno la mente, l'altro il braccio. Il primo avrebbe intuito durante la guerra il bisogno diffuso di una motoleggera economica, il secondo avrebbe disegnato, in un pugno di mesi, il prototipo che sarebbe stato immesso subito nelle catene di lavorazione della fabbrica.

Se si fuoriesce sia dal lessico economico sia dalla *publicity* dell'impresa e si ibrida l'approccio della storia con un innesto selettivo di scienze sociali, si può risalire alla genesi della Vespa, equiparandola a un'opera d'arte o a un romanzo. In tale prospettiva, l'invenzione diventa una presa di posizione o una pratica all'interno di un campo storicamente e spazialmente determinato³. Riducendo all'essenziale la proposta metodologica, si può dire che la Vespa sia nata dall'incontro di due storie: una storia obiettivata nella rete di relazioni del campo degli scooter e una storia incorporata nella traiettoria sociale dell'inventore⁴. Questa costruzione dell'oggetto di ricerca permette di sfuggire al mito del genio creatore e di stabilire le effettive condizioni di possibilità dell'idea. Al contempo, l'esperienza della casa di Pontedera perde i tratti di eccezionalità e assume spessore storico.

Il campo internazionale degli scooter e lo spazio dei possibili

Quando la matita dell'ingegnere Corradino D'Ascanio tratteggiò nel 1945 il profilo aggraziato e seducente della Vespa, la storia degli scooter non era all'anno zero⁵. Alle spalle di quel fatidico bozzetto, destinato a rivoluzionare il mercato, stavano dai trenta ai quarant'anni di realizzazioni. L'insieme degli esemplari, degli stili, delle tecniche già sperimentate costituisce lo spazio concreto delle possibilità che si aprivano davanti alla Piaggio durante la guerra. Permette, in altri termini, di lasciare balenare la struttura del campo degli scooter rispetto alla quale l'impresa si posizionò al termine del conflitto⁶.

Lo scooter si distingue dalla moto per una serie di caratteristiche che qualsiasi dizionario rileva: le ruote generalmente piccole, il telaio aperto e più o meno carenato, la guida comoda con i piedi su una pedana e non a cavalcioni, la praticità. Tali specificità furono progressivamente canonizzate nel corso del Novecento. Nel 1948, simultaneamente alla commercializzazione della Vespa, esisteva già questo concetto e il nome che lo esprimeva. Così la rivista specializzata "Motociclismo" chiarì l'originalità di quelle curiose due ruote: "È considerato scooter il veicolo a motore, senza pedali per la propulsione umana, costituito da un telaio aperto, due ruote aventi un diametro massimo di 17 pollici provvisto o meno di carenatura; il motore deve avere cilindrata massima di 125 cmc"⁷. È possibile però risalire ancora più indietro alla ricerca dell'origine del nome. La sua apparizione è collocabile intorno agli anni 1919-1920 e va associata alla comparsa dei primi monopattini a motore inglesi e americani. Dal verbo *to scoot*, deriverebbe il sostantivo *scooter*: il mezzo che fila via, se la

squaglia, taglia la corda. Tuttavia, ancor prima che il fenomeno fosse nominato, circolarono dei congegni a motore singolari ed eccentrici, non riducibili cioè alla concezione classica della moto, ma non ancora classificati. Se quella richiamava alla mente un'immagine di sportività, di avventura, di velocità — che implicava una conoscenza del veicolo e persino una certa prestanza fisica —, alcuni costruttori puntarono piuttosto sulla comodità della guida, che si voleva accessibile a tutti senza bisogno di particolari predisposizioni.

I primi tentativi di dare forma, in modo consapevole, a tale idea coincidono con l'alba del Novecento. Nel 1902 apparve in Francia l'Auto-fauteuil (poltrona automobile) che chiarì subito il senso dell'innovazione. Georges Gauthier, infatti, pose al posto del sellino una comoda poltroncina con schienale, al di sotto della quale era disposto il motore, un monocilindrico di 427 cc. e 2,75 hp di potenza. Il manubrio era ampio e maneggevole e un cestino portapacchi, montato sopra il parafango posteriore, consentiva di trasportare qualche piccolo oggetto. Il veicolo era pubblicizzato da cartoline postali. In una di loro, si presentava un'associazione di idee destinata a durare nel tempo: l'abate Devidal, curato d'Autry, attraversava la campagna con guida sicura. L'Auto-fauteuil riscosse un qualche successo commerciale, testimoniato dalla sopravvivenza fino al 1922 e dalla nascita di uno dei primi club di appassionati a Parigi⁸. Il prezzo però la condannò ad essere accessibile soltanto a pochi: mentre una moto Peugeot 500 cc. costava sui 1.050 franchi, l'Auto-fauteuil arrivava a 2.100, 2.400⁹.

Qualche anno più tardi, attraversando l'oceano, era possibile incontrare il secondo esemplare di scooter: The Militaire di Cleveland Ohio. Era il 1912. In verità, si trattava di un bizzarro ibrido che dimostra molto bene il carattere transitorio di questa stagione aurorale: il telaio aperto, il sedile a poltroncina, il piccolo motore monocilindrico erano tipici dei primi scooter, lo sterzo a forma di volante e le ruote laterali posteriori erano un'eredità dell'automobile.

Secondo Vittorio Tessera, autore di una monografia sull'argomento, il termine *motor scooter* nacque nel contesto americano dopo l'apparizione dell'Autoped nel 1915. Dotato di ruote molto ridotte, un telaio aperto che formava un'ampia pedana e il motore situato sulla ruota anteriore, ricordava da vicino un monopattino. La guida in posizione eretta rafforzava questa sensazione. Ma l'Autoped, nonostante il suo aspetto rudimentale, mostra come sin dalla fase iniziale lo scooter abbia incontrato l'aeronautica. Il manubrio del veicolo era concepito, infatti, come una piccola *cloche* che attivava il moto con una spinta in avanti e lo arrestava nella direzione contraria. Prodotto a New York, circolò negli Stati Uniti fino al 1921 e, sulla scorta di contratti di licenza, sbarcò in Gran Bretagna grazie alla UK Imperial Motor Industries e in Germania grazie alla Krupp.

A causa del suo successo, l'Autoped fu inoltre imitato da diversi costruttori europei. Tra i più celebri vanno ricordati gli inglesi Skootamota e Autoglider. Il primo aveva spostato il motore sopra la ruota posteriore e aveva introdotto il sellino, il secondo invece esibiva il motore anteriore scoperto, ma soprattutto una carenatura completa di tutta la parte posteriore, che diventerà un'acquisizione stabile degli scooter del futuro. Dopo l'abate Devidal, un'altra figura entrava nei *topoi* della pubblicità scooteristica: la donna di estrazione borghese. Una *réclame* parigina spiegava in quel periodo: “Se Madame deve incontrare un'amica alle undici al Bois de Boulogne, deve pranzare a mezzogiorno a casa sua, deve fare delle compere nei grandi magazzini, e, la sera, cenare con degli amici in periferia, utilizzerà i taxi così costosi? No, perché lei ha adottato il pattino a motore Skootamota”¹⁰.

Sull'onda dell'entusiasmo fu creato a Parigi il primo Scooter club nel 1920. Il club merita di essere ricordato, poiché rappresenta un precursore importante del ben più noto Vespa club. L'attività dell'organizzazione consisteva soprattutto nella preparazione di gare di regolarità e di velocità in circuiti cittadini e di gite turistiche¹¹.

La prima stagione di vita degli scooter, quella dei pionieri, si può chiudere con l'apparizione dell'Unibus in Gran Bretagna nel 1920. L'Unibus non si sottrasse al destino di tutti gli scooter dell'epoca, vale a dire essere presi poco sul serio. In altri termini, fino a questa data lo scooter rappresentava un passatempo, una moda per signori benestanti e per signore annoiate le quali potevano proteggere i vestiti dagli spruzzi d'olio e, grazie alla guida eretta dell'Autoped, anche da disdicevoli spiegazzamenti. Nonostante la sua aspirazione sempre più manifesta, soprattutto dopo la grande guerra, ad accompagnare la motorizzazione di massa che avanzava negli Usa, esso restò sostanzialmente un bene d'élite con poca diffusione¹². L'Unibus ebbe una funzione di cerniera, poiché al tempo stesso mostrò alcune soluzioni stilistiche e tecniche d'avanguardia con le quali si proiettava in avanti nel periodo successivo, fino a prefigurare addirittura alcuni tratti della Vespa: la carrozzeria era in lamiera di alluminio stampata, il motore monocilindrico a due tempi era racchiuso in un apposito vano e in un modello era persino montato a fianco della ruota posteriore come la Vespa, le ruote erano ridimensionate, era dotato di sospensioni e l'intera forcella fino al manubrio era rivestita da uno scudo aerodinamico. La pubblicità, infine, puntava decisamente sulla comodità ed economicità del mezzo: “Unibus. The car on two wheels [...]. There is no vibration, no driving strain. You sit in the Unibus as comfortably as in a chair, and travel easily, smoothly and withal economically”¹³. L'Unibus è il primo vero scooter del Novecento.

La seconda ondata di scooter è strettamente legata allo scenario americano e alle dinamiche economiche e sociali che l'attraversavano. Nei primi anni trenta — com'è noto — gli Stati Uniti piombarono nella grande depressione causata dal crollo di Wall Street e, più in profondità, dalle falle aperte nel rapporto tra un'irruente produzione di massa e un consumo che faticava ad adeguarsi, nonostante gli esorbitanti cinque dollari di salario concessi da Henry Ford ai suoi operai. Ma Ford

era ancora un'eccezione. In questo contesto vide la luce la seconda generazione di scooter, che riuscirono a emanciparsi dall'immagine di trastullo per rampolli della borghesia e, in anticipo sull'Europa di una ventina d'anni, ad affermarsi come veicoli di trasporto quotidiano ed economico. Tra il 1938 e il 1946 si possono contare almeno una ventina di marchi.

L'idea di produrre uno scooter allegro e di massa venne nel 1935 a E. Foster Salsbury che, insieme all'inventore Austin Elmore, presentò il primo Salsbury Motor Glide al Salone della nave e dell'aviazione di Los Angeles. Dopo appena due anni il modello diventò più sofisticato — ampia sella, motore nascosto all'interno di una carenatura che avvolgeva tutta la parte posteriore inclusa la ruota, una comoda pedana dove mettere i piedi — e fu ribattezzato pomposamente DeLuxe High Speed Motor Glide. Le istruzioni operative ne esaltavano la semplicità, consigliando: “Primo: dai al Motor Glide una spinta e poi sali su (la compressione automatica rende facile la partenza). Secondo: accelera aprendo la manopola del gas con la mano destra e via”. Poi fu la volta dell'Aero, il cui nome e logo — due grandi ali stilizzate e unite insieme — svelavano chiaramente la chiave di accesso più efficace per penetrare la storia degli scooter: l'interscambio con l'aeronautica.

I nuovi mezzi offrivano prestazioni migliori ed erano più affidabili conservando però l'agilità delle origini¹⁴. Caratteristiche, queste, su cui l'advertising americana cominciò a battere inaugurando una serie di canoni comunicativi, tra i quali — con molto anticipo sulla Vespa — l'associazione tra le due ruote e la femminilità. La prima pubblicità pubblicata su una rivista del 1936 raffigurava una fanciulla avvenente in calzoncini corti e canottiera che salutava dal suo Motor Glide. Sullo sfondo c'erano dei piccoli riquadri di vita quotidiana che valorizzavano gli usi del veicolo: il collegamento tra città e campagna, il parcheggio, il trasporto di oggetti. Il testo rafforzava il messaggio già esplicito: “Va qua e là con allegria, va fino al Country club o sulla spiaggia. [...] A Motor Glide occorre poco spazio per parcheggiare, si gira facilmente, si muove nel traffico come un'anguilla e consuma solo un gallone di benzina ogni 150 miglia. In più è sicuro e comodo come una poltrona, [...] sempre affidabile e docile come una giumenta”¹⁵. Gli Stati Uniti però erano grandi e Salsbury, di contro, era un piccolo produttore. Cosicché la sua creatura conobbe una diffusione localizzata soprattutto nella costa occidentale, dov'era assemblata. In totale, tra il 1935 e il 1940 vendette circa 2.000 Motor Glide.

L'esempio di Salsbury fu seguito da molti altri costruttori americani piccoli e grandi, presi da un generale moto di euforia. Riviste ad ampia diffusione come “Popular Mechanics” si riempirono di servizi e di inserzioni inviate per reclamizzare o per richiedere le nuove macchine. Alla fine degli anni trenta ne circolavano alcune decine di migliaia¹⁶.

Tra gli epigoni, il più celebre fu certamente la Cushman di Lincoln in Nebraska. Nel 1937 essa lanciò un nuovo modello destinato a surclassare per diffusione e durata il suo ispiratore: l'Auto Glide. Il nome sembrava scelto appositamente per disturbare sul mercato il Motor Glide. Come prometteva una pubblicità dell'epoca, era “ideale per il lavoro, per la scuola, per le consegne, ovunque è possibile usare una macchina”. Un'altra réclame definiva l'uso dell'Auto Glide “meno caro che risuolare le scarpe”. L'esperienza della Cushman richiede una menzione speciale non solo perché introdusse negli Stati Uniti uno degli scooter più popolari e longevi, ma anche perché — come Piaggio — rappresenta l'esempio di un'impresa che diversificò la sua attività, attraversando vari settori contigui nel campo della motoristica, prima di approdare alle due ruote: le navi, gli aratri, le falciatrici. Inoltre, tra i tanti modelli commercializzati prima della guerra, il 14 adottò due marce di velocità e spostò il comando della frizione dalla pedana al manubrio, rendendo così più semplice e a “portata di mano” il cambio.

Negli stessi anni, Norman Siegal — ribattezzato dalla rivista “Time” re degli scooter — mise sulla strada il Moto-Scout. Ispirandosi al Salsbury, rivoluzionò la posizione del faro anteriore incorporandolo al centro del manubrio, una soluzione questa che sarà adottata da tanti scooter del futuro, tra cui la Vespa a partire dal 1955. La creazione di Siegal piacque molto a un'affermata corporation di biciclette, la Mead Ranger di Chicago, che decise di assumerlo per assicurarsi le sue idee. Dalla collaborazione uscì nel breve giro di due anni, il Mead Ranger, vero grande concorrente del Cushman su tutto il territorio nazionale.

La strada maestra era ormai tracciata e canonizzato il profilo tecnologico ed estetico dello scooter. In altri termini, all'interno del motociclismo si era “autonomizzato” un campo originale con caratteri peculiari. Le regole d'oro che permettevano di distinguere uno scooter dalle altre due ruote divennero cinque: un piccolo motore posto vicino o accanto alla ruota posteriore; uno chassis chiuso, una carrozzeria per proteggere la guida dagli spruzzi; due ruote di piccole dimensioni e un pacchetto trasmissione automatica-frizione, brevettato da Salsbury. Infine, si potrebbe aggiungere l'aspetto pubblicitario. Lo scooter si autorappresentava come un'alternativa sia all'automobile, sia alla moto: da un canto era più agile, manovrabile ed economico, dall'altro era più comodo, abordabile da tutti e sicuro. Mancava soltanto un altro ingrediente per fertilizzare il terreno alla Vespa: l'estetica. Tutti i modelli apparsi oltreoceano sino al 1938 condividevano infatti una linea piuttosto dura, spartana e poco aerodinamica. Albert Crocker ideò nel 1939 uno scooter che si guadagnò l'appellativo di “new luxury in motor scooters”: lo Scootabout. In effetti, la dolcezza delle sue curve e la carrozzeria a forma di goccia d'acqua risaltava nel panorama motociclistico del tempo, benché gli aspetti più strettamente tecnici fossero di uso comune. Tuttavia, a differenza del Cushman e del Mead Ranger ebbe una minore diffusione¹⁷.

Con l'esplosione della seconda guerra mondiale e l'ingresso degli Usa nel conflitto, gli scooter d'oltreoceano arrivarono in Italia. Anche gli americani infatti, così come gli inglesi, fornirono i propri paracadutisti di piccole moto prodotte dalla

Cushman o da Welbike e dotarono gli eserciti di scooter veri e propri. Le innovative due ruote circolarono sul territorio nazionale dando una dimostrazione delle possibilità creative dell'industria motoristica statunitense. Di certo, non passarono inosservate agli occhi degli imprenditori italiani, impegnati nello sforzo intellettuale e commerciale di immaginare un futuro di pace. Ma esisteva un sottocampo italiano degli scooter prima della Vespa e circolavano rappresentazioni di scooter stranieri?

Lo spazio delle rappresentazioni

L'industria nazionale del motociclo era di dimensioni ridotte negli anni trenta sia per ragioni meramente economiche, quali la ristrettezza del mercato, sia per ragioni politiche, come la scelta dell'autarchia da parte di Mussolini. L'ambizione del regime di servirsi solo di materiali italiani, ostacolando la strada a quelli stranieri, finì per isolare i produttori di moto e per proteggerne le rendite di posizione, poste al riparo da un salutare confronto con i più audaci orientamenti esterni¹⁸. Fino all'esplosione del conflitto l'industria italiana era dominata da una pentarchia: Guzzi, Gilera, Sertum, Benelli e Bianchi. Nel complesso, l'offerta prediligeva la qualità sulla quantità, proponendo moto di lusso oppure sportive dagli alti costi e dalla tecnica raffinata. Prive della concorrenza dei modelli e dei prezzi stranieri, le case italiane continuarono a ignorare i mezzi popolari, incamerando ugualmente buoni profitti senza accrescere il numero delle moto circolanti. Da un confronto con i paesi europei risulta che prima della guerra circolavano in Germania 1.700.000 moto, in Inghilterra 750.000, in Francia 650.000 e in Italia appena 190.000¹⁹. Quanto alle immatricolazioni dentro i confini nazionali: nel 1934 furono immatricolati 10.480 motocicli italiani e 5.272 esteri, per un totale di 15.752. Alla fine dell'anno la battaglia autarchica frenò l'importazione di veicoli provenienti da altri paesi tant'è che nel 1935 le macchine estere immatricolate furono 1.171; alla metà del 1936 si dimezzarono, nel 1937 scesero a 440 e nel 1938 a 377. La protezione del fascismo fu inutile poiché non servì a far crescere le due ruote nazionali che parallelamente diminuirono: le immatricolazioni passarono da 12.251 nel 1935 a 11.596 nel 1938²⁰.

Alla fine del decennio fu impossibile ignorare l'enorme spazio che si era aperto sul mercato per veicoli economici, comodi e maneggevoli. L'arcano della motorizzazione di massa si disvelava ormai non solo agli occhi degli osservatori attenti che, come la Piaggio, seguivano lo scenario industriale americano, ma anche di una cerchia più estesa di persone.

Riviste come "Motociclismo" o "Auto-Moto-Avio" parlarono insistentemente della necessità di compiere un "salto di quantità" in direzione della produzione di massa, in modo da ampliare il numero dei motociclisti, abbassando i costi e rendendo più fruibili, anche nell'estetica e nella fattura, le moto²¹. Tuttavia, il giornale che portò al diapason la campagna per la moto utilitaria fu "Il Littoriale. Quotidiano sportivo". A partire dall'agosto 1938 la sua direzione fu affidata a Renato Tassinari. Questi, oltre ad aver collaborato a lungo con la "Gazzetta dello sport" quale esperto di motori, era vicepresidente della Reale federazione motociclistica italiana (Rfmi) e godeva di grande popolarità nel mondo delle due ruote. Dopo la caduta del fascismo e la liberazione, Tassinari diventerà una figura chiave della Piaggio²².

Sotto la sua direzione, "Il Littoriale" aumentò in modo esponenziale le pagine consacrate ai motori, creando persino una rubrica *ad hoc*: "Il motore attraverso il collaudo dello sport". Ebbene, da queste pagine, in evidente cooperazione con "Motociclismo", la Rfmi e alcune cariche istituzionali, fu condotta la più tenace e sistematica battaglia per la diffusione di un mezzo popolare a due ruote: "il più fascista degli autoveicoli"²³.

Fin dal settembre del 1938 Tassinari scriveva che il paese aveva bisogno della "conquista totalitaria del motore da parte delle grandi masse". Mentre nel settore automobilistico si stava seguendo l'esempio della Germania con la "vetturina utilitaria", il motociclismo

doveva a sua volta cercare la clientela di domani nel gran numero di coloro che vorrebbero dalla bicicletta passare ad un veicolo di pratico impiego, di costo modesto e di economica manutenzione che potrebbe costituire l'anello di congiunzione tra la bicicletta e la motocicletta; insomma, la tanto attesa motoleggera utilitaria²⁴.

La XX Esposizione del ciclo e del motociclo di Milano del gennaio 1939, fu l'occasione per orchestrare sapientemente una vera e propria mobilitazione attorno al tema della "moto del popolo". Quell'esposizione divenne un evento pubblico, corredato da una costellazione di micro iniziative sportive e spettacolari volte a fare da cassa di risonanza al cuore economico e commerciale. Tassinari imbastì su "Il Littoriale" un dibattito a più voci cui furono invitati tecnici (l'ingegnere Seiling, Nicola Pagano), industriali (Guzzi e Benelli) e figure istituzionali (il generale Ugo Leonardi, presidente della Rfmi; il segretario del Coni)²⁵. Ognuno diede un contributo alla definizione dettagliata del profilo del nuovo mezzo che, sulle pagine del giornale, fu praticamente disegnato a più mani. L'ing. Seiling, per esempio, ne allineò alcune caratteristiche di

estrema rilevanza, specie se proiettate su quanto avrebbe fatto la Piaggio. La motoleggera — scrisse — andava pensata con una “linea” accattivante e raffinata perché “nessuno abituerà gli italiani al brutto”. Per essere sicura e affidabile doveva raggiungere una velocità di circa 45-50 km/h e tenere il consumo basso attorno ai 45 km per litro. Bisognava poi dotarsi di magazzini per i pezzi di ricambio e per garantire un’assistenza pronta e capillare. A tale scopo era necessario fondare una rete di rivenditori e di agenti che potevano occuparsi di una parte della propaganda: questa era la parola chiave, non pubblicità. L’altra parte invece andava affidata alle associazioni di categoria come la Rfmi che, con il ricorso a vari mezzi, tra cui la stampa, doveva “lavorarla, persuaderla, deciderla [la clientela]. Opera della propaganda questa e solo della propaganda: i clienti dell’utilitaria bisogna farli”²⁶.

Renato Tassinari dimostrò, nel corso della discussione, di essere tra coloro che avevano le idee più chiare: in primo luogo propose di bandire un concorso durante l’esposizione per premiare con una giuria di industriali ed esperti il miglior progetto di una moto utilitaria²⁷. La proposta fu subito accolta dagli organizzatori — Fernando Tommaselli, Guido Robecchi — e arricchita da un convegno che fece incontrare le figure pubbliche e private investite da quel problema (Coni, Federazione degli industriali meccanici, Rfmi, imprenditori)²⁸. In secondo luogo, egli ribadì più volte le qualità essenziali del nuovo veicolo: per abbattere i costi doveva essere prodotto in grande serie (almeno 10.000 macchine); doveva essere pratico e semplice e costare meno di 2.500 lire²⁹. Le novità più sorprendenti avanzate dal direttore furono diretta espressione della sua cultura totalitaria e fascista: l’operazione “moto del popolo”, a suo avviso, doveva essere condotta dall’alto, direttamente dalle strutture dello Stato con uno sforzo organizzativo e dirigista. Bisognava curare sia gli aspetti produttivi che commerciali, forzando un mercato che al momento non ne voleva sapere. Da un canto lo Stato doveva sollecitare gli industriali a produrre un *unico* tipo di moto utilitaria in modo da ripartire sull’intero sistema economico i rischi d’impresa; dall’altro doveva poi assicurarne la pubblicità e la vendita, anche rateale, mediante il Dopolavoro. Le sue attività di tipo turistico e sportivo avrebbero garantito “una più vasta e fervida massa di motociclisti”³⁰.

Mentre sul giornale apparvero notizie e foto degli scooter americani, indice di una possibile soluzione al problema della moto economica³¹, diventò sempre più evidente quale fosse il modello di riferimento più autorevole per Tassinari: la Germania nazista.

Qui, proprio in quegli anni, l’obiettivo della motorizzazione di massa non solo era perseguito con determinazione e razionalità dalle istituzioni — come caldeggiava il direttore —, ma sembrava anche raggiungibile in pochissimo tempo. Nel 1934 Hitler in persona lanciò dal 24° Salone internazionale dell’automobile di Berlino delle parole d’ordine ben precise: “Dobbiamo togliere all’automobile il carattere di privilegio. [...] Noi dobbiamo fare dono al popolo tedesco di una vettura che non costi più di una motocicletta e che consumi poco carburante”³². Due anni dopo i primi tre prototipi (V3) iniziarono i massacranti collaudi in strada. Nel 1938 l’“auto del popolo”, ossia la Volkswagen, era pronta e il Führer pose la prima pietra del complesso industriale che avrebbe dovuto produrne migliaia nella piana di Fallersleben, vicino al castello di Wolfsburg. Tuttavia, l’intera Rda (l’Associazione dei costruttori automobilistici) era coinvolta nella realizzazione della macchina: si trattava quindi di uno sforzo industriale cooperativo, nonostante i mugugni di alcuni costruttori tra cui Mercedes. Nel 1939 fu presentata ufficialmente al Salone dell’automobile di Berlino. Si chiamava con lo stesso nome del Dopolavoro: KdF-Wagen, Kraft durch Freude-Wagen, l’auto della forza attraverso la gioia. Come la Vespa, anche la Volkswagen sarebbe incomprendibile senza la storia dell’ingegnere che la disegnò: il celebre Ferdinand Porsche. Nato in Boemia alla fine dell’Ottocento, ebbe esperienze simili a quelle di Corradino D’Ascanio. Nel 1912 sviluppò il concetto di motore Boxer, progettando un motore di aeroplano a quattro cilindri contrapposti per la Daimler. Egli condivise con l’inventore della Vespa e altri suoi eminenti colleghi (Edmund Rumpler, Hans Ledwinka, Josef Ganz) la frequentazione dell’industria aeronautica che si tradusse nella conoscenza dell’aerodinamica, dei delicati rapporti tra pesi e forme³³. Tutti fattori, questi, che furono applicati alla progettazione dell’auto del popolo. Porsche lavorò anche per imprese automobilistiche e motociclistiche prima di incrociare Hitler nel 1934. Nel 1931 lasciò la Daimler e iniziò a collaborare con Zündapp, un produttore di motociclette, con cui costruì tre prototipi di automobile. Tuttavia, a causa di problemi tecnici, Zündapp si ritirò. Nel 1932 Porsche lavorò per la NSU, un’altra ditta costruttrice di motociclette che lo scaricò poco dopo aver stipulato un accordo con la Fiat per la produzione su licenza in Germania di modelli italiani. Gli esperimenti di questo periodo mostrano già le linee di fondo della Volkswagen. In particolare, colpisce la tipica forma a “goccia d’acqua” che, debitrice dell’esperienza in aeronautica, affiorerà anche nella Vespa³⁴.

Non mancò, infine, dopo l’incontro con Hitler del 1934, un viaggio negli Stati Uniti per studiare la produzione di massa direttamente da una delle sue principali fonti, la Ford, e da altre *corporations*. Negli Usa l’ingegnere stipulò un accordo con l’impresa leader nello stampaggio di laminati di acciaio: la Budd, la stessa industria cui si stava rivolgendo la Piaggio per acquisire su licenza le tecniche di saldatura delle lamiere e che avrà un ruolo fondamentale nella fabbricazione degli stampi originali per la scocca della Vespa.

In conclusione, la vicenda dell’auto del popolo dimostra da un canto che gli stessi problemi relativi alla motorizzazione si ponevano anche in altri contesti e le informazioni circolavano in uno scenario internazionale; dall’altro che Tassinari e il suo giornale guardarono proprio alla Germania come a un concreto esempio da imitare. In questo senso, il richiamo al

Dopolavoro è illuminante.

Con lo scoppio del conflitto gli articoli dedicati all'alleato crebbero costantemente³⁵. Il giornale incalzò sia le istituzioni sia gli industriali sulla necessità di preparare la ripresa del dopoguerra, ponendo subito mano alla creazione di un ente unico come in Germania e alla produzione della moto del popolo. Persino il "Popolo d'Italia" fece eco alla voce di Tassinari³⁶. Le istituzioni risposero tempestivamente. Dopo aver abolito la tassa di circolazione nel 1938 per favorire la diffusione delle auto e delle moto, nel febbraio del 1941 la Corporazione della metallurgia, ritenendo di cruciale attualità il tema, nominò un comitato corporativo per studiare i vari aspetti della questione³⁷. Nel marzo 1941 l'Italia incontrò le autorità tedesche e quelle francesi nazificate per pianificare la motorizzazione su scala europea³⁸. Nell'aprile successivo si discusse delle norme per unificare l'industria motociclistica al ministero della Comunicazione, della Guerra e delle Finanze³⁹. Alla fine dell'anno furono ordinate le categorie del panorama motociclistico⁴⁰. Quanto all'industria, essa non tardò a capire la grande opportunità che le si apriva. Lo stesso Tassinari, d'altra parte, diventato consigliere nazionale nella Corporazione della stampa, si fece missionario del verbo motociclistico con una più pregnante forza di persuasione. Dagli stabilimenti della Benelli tracciò le direttrici di sviluppo per il futuro:

è indispensabile che le fabbriche alla fine della guerra affrontino decisamente il problema per la costruzione di una motocicletta leggera, producibile in grande serie, accessibile alle borse più modeste, che venga a costituire la grande massa motociclistica che starà alla base di tutta la motorizzazione del Paese⁴¹.

Insomma, lo scooter era nell'aria, gravida di innovazioni⁴². Piaggio e i suoi ingegneri la respirarono insieme a tanti altri agenti economici e, congiuntamente, arrivarono alle stesse conclusioni. La casa di Pontedera non arrivò prima, arrivò semplicemente meglio. Fin dal 1938 la Fiat — che oltre ad essere al corrente delle tendenze del mercato americano, ove inviava spesso i suoi dirigenti per viaggi di lavoro e formazione, aveva un rapporto stretto con la NSU, partner di Porsche — realizzò un esemplare italiano di scooter mai commercializzato. Oddone Camerana, figlio dell'allora vicepresidente della Fiat — conte Giancarlo Oddone Camerana — racconta che Enrico Piaggio sapeva dell'esperimento⁴³.

Nello stesso periodo, due costruttori italiani misero in circolazione due scooter molto simili e fortemente debitori degli esempi americani: il Velta di Vittorio Belmondo e il Volugrafo dell'Aermoto⁴⁴. Durante la guerra, Innocenti cominciò a progettare la Lambretta, la più grande concorrente della Vespa⁴⁵. Quindi fu la volta della Piaggio.

Il campo dell'impresa: la Piaggio

La Società Rinaldo Piaggio nacque nel 1884 a Sestri Ponente (Genova). Nei primi trent'anni di vita condivise la dinamica di diversificazione tipica della stagione del capitalismo manageriale, sebbene si differenziò sempre dal modello proposto da Alfred Chandler per una persistenza del potere della famiglia proprietaria⁴⁶. Partita nel settore dell'arredamento navale, passò presto a quello delle ferrovie e poi all'aeronautica: l'universo dei trasporti fu una costante vocazione. Durante la grande guerra partecipò allo sforzo nazionalistico per armare il paese. Allo stato attuale delle fonti disponibili non si può stabilire se Piaggio condivise l'ubriacatura guerrafondaia di una fetta consistente della borghesia produttiva nazionale, persuasa di avere dinanzi una formidabile occasione per emanciparsi dalla soggezione nei confronti della concorrenza straniera e per dare sfogo al patriottismo del prodotto lordo⁴⁷. Certamente, però, il gruppo ligure ne beneficiò in virtù della domanda statale di armi e beni a supporto delle campagne militari. Cosicché gli stabilimenti della società si dedicarono alla realizzazione di materiali bellici. Alla fine della guerra, il bilancio dell'impresa poteva dirsi sicuramente positivo, come quello di tutti i settori collegati alla mobilitazione industriale, dove i profitti erano in media raddoppiati: la Piaggio aveva differenziato merceologicamente la propria attività; era cresciuta nel campo del trasporto, vantando la produzione di mezzi per il cielo, la terra e il mare senza disperdere le risorse; si era estesa geograficamente oltre il territorio d'esordio muovendosi su due regioni (Liguria e Toscana); cominciava una timida forma di integrazione verticale andando alla ricerca di terreni boschiferi per alimentare con il legno le officine⁴⁸; godeva di stabili rapporti con alcune famiglie nobili del capitalismo nazionale (Attilio Odero, presidente della società divenuta dal 1920 Società anonima Piaggio & C.) e con lo Stato, di cui Rinaldo Piaggio era senatore⁴⁹.

Il successo che l'aeronautica militare e civile ebbe durante la guerra indusse l'impresa a investire con decisione in quel ramo. Nel 1924, pertanto, fu acquistato lo stabilimento di Pontedera (Pisa) per la costruzione di motori, eliche e aerei che andarono a infoltire la dotazione del ministero dell'Aeronautica di Mussolini. Gli anni trenta furono il periodo di maggior sviluppo dell'impresa i cui profitti furono trainati dalla politica imperialista del regime fascista. Quando scoppiò la seconda guerra mondiale la crescita impetuosa non aveva lasciato neppure il tempo per riarticolare l'ordine dei reparti secondo un

progetto complessivo. Sotto la domanda del duce — ma anche in virtù di una direzione efficace dall'elevato capitale culturale e dall'orizzonte internazionale — l'impresa ampliò in continuazione la struttura della fabbrica già esistente, introducendo le innovazioni possibili, acquistando macchine avanzate dagli Usa da affiancare a quelle obsolete, assumendo nuova manodopera senza ridefinire però radicalmente il *layout* e ibridando configurazioni tecnologiche e organizzative diverse⁵⁰.

La figura che orientò la strategia della Piaggio verso una più decisa convergenza con il regime fu il figlio di Rinaldo Piaggio — Enrico — vero *dominus* all'interno della gerarchia di poteri e capitali dell'impresa⁵¹. Fascista convinto sin dalla prima ora, entrò in fabbrica dopo la laurea in Economia e commercio nel 1927 e, ben presto, ne assunse la *leadership*. Come la maggior parte degli imprenditori e dei manager italiani, egli passò indenne l'epurazione dopo il crollo del fascismo e restò insediato al suo posto di comando sino alla sua morte nel 1965⁵². Piaggio quindi era dotato di un buon capitale culturale; di una predisposizione per l'innovazione tecnologica; di un capitale familiare fuori dal comune avendo ereditato le quote azionarie di una delle prime quattro industrie aeronautiche nazionali; di un ramificato capitale sociale derivato dalle entrate all'interno dell'*establishment* fascista e dalle relazioni di parentela e commerciali con la famiglia Odero; infine non era certo sguarnito di capitale simbolico essendo un autorevole membro del Partito nazionale fascista e una pedina fondamentale dell'economia di guerra del regime. Anagraficamente appartenente alla seconda generazione degli imprenditori italiani dopo i pionieri, Enrico Piaggio fu decisamente un industriale dell'epoca fordista, come si autorappresentava egli stesso: "Just like Henry Ford put the workers on wheels in America, we put automotive transport within the reach of people who never expected to travel that way"⁵³. Ma la cultura fordista di Piaggio emerge anche da altri elementi che concorrono a definire l'impronta della sua strategia imprenditoriale: una concezione autocratica e maschile del potere che si esprimeva sia nel rifiuto di delegarne anche piccole parti ai manager intermedi e alle donne della famiglia, sia nella chiusura verso il conflitto sociale e il movimento operaio e sindacale; la diffidenza verso il capitale finanziario e la scelta recisa in favore del radicamento territoriale, della fabbrica e del lavoro, considerato come vera origine della ricchezza.

Piaggio si mosse nella stessa temperie che stava spingendo altri imprenditori alla medesima scelta strategica verso gli scooter. A differenza, però, della sua più pericolosa rivale, l'Innocenti, si accostò progressivamente alla Vespa come punto di arrivo di un movimento di diversificazione inscritto nel codice genetico della sua impresa. Alla metà degli anni trenta, dal suo orizzonte produttivo restava fuori soltanto la strada, dove l'automobile aveva già consolidato una sua presenza più che significativa, benché ancora distante dal volume del mercato americano. Si può parlare di un'eccezione? Certamente no. La Piaggio era inserita in una corrente internazionale di cambiamento delle strutture e delle strategie della grande impresa che, con modalità peculiari da paese a paese e meccanismi di adattamento selettivo, condivideva alcune trasformazioni di fondo⁵⁴.

In sintonia con tale tendenza, Piaggio pensò fin dagli anni venti di coprire l'ultimo settore mancante e avviò i primi esperimenti nel campo delle automobili, dei motori a scoppio e a olio pesante⁵⁵. All'inizio del decennio successivo, si teneva quanto meno aggiornato sul dibattito relativo alla progettazione delle automobili. Tra le carte aziendali si trova infatti una pubblicazione del 1930 del dott. Gianfranco Pullè: *L'indirizzo della moderna tecnica automobilistica ed il probabile avvenire dell'automobile*⁵⁶. Successivamente Piaggio fu più concreto. Dapprima entrò in trattativa con la Società italiana per la costruzione automobili De Dion Bouton e motori Jupiter. Poi, dopo il fallimento del primo accordo, ottenne nel 1935 una commessa dallo Stato per la realizzazione di 2.000 autocarri leggeri diesel del tipo Cappa.

Dalle quattro ruote alle due il passo non era lungo. È realistico affermare che il pensiero dello scooter avesse già una consistenza a questa data? Non sono pochi gli studiosi del fenomeno a rispondere in modo affermativo. Nel 1938 Salsbury, galvanizzato dal successo americano, decise di esportare il Motor Glide in Europa. Prese quindi contatto con molte imprese e varcò l'Atlantico per concedere la licenza agli interessati. Il viaggio però non ottenne i risultati sperati. La guerra era ormai alle porte e il Vecchio continente preferì rivolgere le sue attenzioni ai mezzi bellici più che a quelli di pace. Tuttavia, stando a un'intervista rilasciata dallo stesso Salsbury, l'imprenditore americano avrebbe incontrato i rappresentanti della Piaggio⁵⁷.

Per ora non esistono riscontri documentari e non si ha notizia di un collegamento diretto con il più convinto sostenitore della motoleggera: Renato Tassinari. Certamente, però, la casa di Pontedera era bene al corrente del discorso pubblico nazionale sulla motorizzazione e di quel che accadeva sia negli Usa sia in Germania. Un'ulteriore conferma deriva da un fatto inedito: prima della presentazione della Vespa, Enrico Piaggio cercò di produrre scooter americani su licenza. Egli commissionò alla John J. Ryan & Sons di New York delle ricerche sull'ormai celebre Mead Ranger di Chicago. In una lettera di risposta dell'agosto 1945, proveniente dagli Usa, si spiega che la società comperava i motori per gli scooter da piccole fabbriche e poi faceva costruire e montare lo chassis da altre. In pratica non era un'impresa integrata verticalmente, ma si occupava della promozione, del finanziamento e del coordinamento dell'attività. L'inizio della seconda guerra mondiale aveva interrotto l'uscita degli scooter Mead Ranger, poiché le varie fabbriche dell'indotto furono convertite a fini bellici. La lettera terminava con un'affermazione inequivocabile: "In conclusione, la Piaggio può liberamente costruire questi scooter perché non sono coperti da nessuna patente"⁵⁸. L'iniziativa non ebbe seguito. È plausibile che l'impresa si stesse muovendo su più piani valutando qualunque possibilità: la produzione su licenza e quella sulla base di brevetti

originali che, in ogni caso, avevano tutto da guadagnare dall'esplorazione del mercato internazionale.

Il decentramento degli impianti, effettuato nel 1944 in zone periferiche della Toscana e del Piemonte, permise alla Piaggio di salvare dalla distruzione bellica un variegato capitale con cui poter intraprendere qualsiasi tipo di produzione. Cosicché la scelta di entrare nel campo degli scooter al termine del conflitto consentì di mettere a valore un insieme di risorse già disponibili: le competenze nei processi di diversificazione; i saperi maturati nello studio dell'aerodinamica, nella lavorazione intensa dei metalli, nell'ibridazione del taylorismo-fordismo, nella fabbricazione dei motori, nell'uso delle macchine utensili; moltitudini di uomini e donne pronti a vendere la propria forza-lavoro per un salario qualsiasi; valori professionali e valori morali; una trama di relazioni economiche nazionali e internazionali e di amicizie nei punti giusti dei gangli statali.

Una volta esclusa l'idea di proseguire nell'aeronautica militare per il prevedibile esito del conflitto e nell'aeronautica civile di cui si prevedeva un successo contenuto, sufficiente a sostenere solo il ramo ligure della Piaggio, i settori nei quali convertire razionalmente lo sfaccettato capitale disponibile erano principalmente tre, tutti collegati alla motorizzazione: l'automobile, i motocarri, i motocicli. Questi settori erano dotati di robuste barriere all'ingresso, innalzate dal complesso *knowledge* che quel tipo di produzioni richiedevano. Il campo delle motoleggere, invece, e, al suo interno, quello degli scooter consentiva un più agevole ingresso, nella misura in cui era quasi deserto in Italia e permeabile quindi a esperimenti innovativi, a contaminazioni con la tradizione aeronautica, come già era accaduto negli Usa e in Gran Bretagna. Fondamentale fu però la traiettoria sociale dell'ing. Corradino D'Ascanio.

L'habitus di un inventore: Corradino D'Ascanio

Corradino D'Ascanio nacque a Popoli in Abruzzo nel 1891 da una famiglia benestante e culturalmente aperta, che gli diede la possibilità non solo di studiare al Regio istituto tecnico "Ferdinando Galiani" di Chieti, ma anche di visitare il Salone dell'aeronautica di Parigi da adolescente, grazie a un premio concessogli dal padre per il buon andamento degli studi. Si formò così, in virtù di questi stimoli, la sua passione per il volo. In seguito, poté iscriversi all'università e per di più in una città importante e distante come Torino. Qui si laureò nel 1914 in ingegneria industriale meccanica presso il Politecnico. Alla giovanissima età di 24 anni, D'Ascanio disponeva già di un alto titolo di studio, aveva fatto un'esperienza di vita fuori dalla sua regione d'origine — nell'area industrialmente più avanzata del paese e culturalmente assai vivace — e aveva visitato una grande capitale europea.

Grazie a questo curriculum partecipò alla grande guerra dall'interno del Battaglione aviatori (Genio), a differenza di tanti suoi coetanei che, non forniti delle stesse risorse, finirono in trincea. Durante il conflitto si distinse per l'invenzione di un meccanismo di riscaldamento dei motori Caudron, che si bloccavano a causa del congelamento dell'olio lubrificante. D'Ascanio era già un militare speciale e infatti fu inviato in Francia per scegliere un motore rotativo da riprodurre in Italia. Il secondo viaggio all'estero permise a D'Ascanio di ampliare le sue conoscenze, il suo orizzonte mentale e di incamerare nuovi strati di esperienze.

Nel 1916, dopo l'incontro con l'ingegnere e pilota abruzzese Ottorino Pomilio sotto le armi, iniziò a collaborare con l'Ufficio tecnico della Società anonima per costruzioni aeronautiche Ottorino Pomilio & C. In questo periodo contribuì alla realizzazione di numerosi prototipi di aerei da caccia e da bombardamento⁵⁹.

Il 1918 fu un anno chiave. Gli stabilimenti Pomilio furono assorbiti dall'Ansaldo e D'Ascanio fece il terzo viaggio fuori dei confini nazionali. Questa volta fu inviato negli Stati Uniti al seguito dell'amministratore delegato Ernesto Pomilio per dare corpo a una cooperazione industriale con la Allison Experimental Works di Dayton. La permanenza in America durò due anni ed ebbe un esito negativo: infatti, il rapporto con la Pomilio si ruppe dopo alcuni mesi per le difficoltà economiche della società. D'Ascanio cercò in ogni modo di restare negli Stati Uniti, ma dovette desistere. In una lettera al fratello espresse tutta la sua delusione:

mi sto veramente formando le ossa in mezzo a queste difficoltà che spero però di sorpassare. [...] Ho conosciuto in questa mia vita americana amarezza e lotta, ma anche ho imparato guardandomi in giro che tutte queste fortune sono state realizzate sempre con principi durissimi e i meriti consistono essenzialmente nell'aver avuto la forza di non lasciarsi abbattere e di avere insistito fino al successo⁶⁰.

Al contempo, però, il soggiorno americano fu di cruciale importanza per l'accrescimento delle sue competenze, per la tessitura di una rete di conoscenze e per l'irrobustimento del carattere. Inoltre, consente di cogliere alcune radici profonde che affioreranno in altro contesto con l'invenzione della Vespa. Nel biennio 1918-1919 l'ingegnere abruzzese visitò molte *corporations* e altrettante città tra cui New York, Dayton Ohio, Indianapolis, Buffalo, Cleveland, Boston e imparò una lingua già indispensabile per gli scambi internazionali. Attraversò un paese che, oltre a non aver conosciuto la carneficina e

la distruzione occorse all'Europa con la grande guerra, viveva una fase creativa di "sviluppo continuo". La "mano visibile" della grande impresa moderna si stava affermando come uno dei maggiori protagonisti del cambiamento sociale, diversificando le attività, allargando il mercato di massa, applicando la scienza e la tecnica ai sistemi produttivi, ricercando nuovi prodotti e nuovi mercati, migliorando infine quelli esistenti. L'introduzione della catena di montaggio nelle officine di Ford nel 1913 e l'applicazione dei principi dell'organizzazione scientifica del lavoro erano soltanto il punto di arrivo di un movimento di rinnovamento e di innovazione di lungo periodo. D'Ascanio quindi ebbe sotto i suoi occhi gli effetti di quel movimento, incentrato — secondo Alfred Chandler — su tre pilastri: l'organizzazione, la produzione e il consumo di massa⁶¹. Per il giovane ingegnere italiano fu una scoperta esaltante che valeva la pena esperire fino in fondo:

in questi dieci mesi di mia permanenza negli Stati Uniti ho avuto campo di osservare e studiare molte cose, ho viaggiato molto, ho conosciuto molta gente, ho appresa discretamente la lingua e in mezzo a questo ambiente, che si riassume tutto nella parola *affare*, in questo mondo del dollaro la mia mente, che tu diresti aridamente tecnica, si è aperta a nuovi orizzonti. [...] Devi innanzitutto sapere che una delle maggiori forze di questa nazione che è sempre fatta su scala vastissima, data la grande ricchezza di materie prime e l'enorme sviluppo della *lavorazione a macchina*, il prezzo di molti generi è relativamente basso. [...] Devi sapere, caro Peppino, che questo paese è grande e ricco e che si guadagna molto e si spende anche per stare bene e che per questa ragione il commercio qui ha uno sviluppo di cui tu non ne puoi avere neanche la più pallida idea. [...] Ti ricordo ancora una cosa che ho avuto campo di osservare: la potenza sta solo in un organismo, la persona isolata, per quanto abile può fare poco o nulla.

Cos'altro indicano "organismo" *versus* "persona isolata", "lavorazione a macchina" e "affare e commercio" se non impresa moderna-organizzazione, produzione e consumo di massa? D'Ascanio incorporò le tendenze dello scenario americano e dopo la rottura con Pomilio si sforzò in ogni modo di tradurre le sue intuizioni ingegneristiche in "affari", mettendo a valore le relazioni sociali tessute in quei mesi.

All'inizio del 1919 conobbe Ugo Veniero D'Annunzio, progettista presso il Technical Bureau of Construction della Caproni Aeroplanes di Detroit, dove si costruiva il *Liberty*, "l'aeroplano più potente che vola negli Usa". Colpito dagli sviluppi della motorizzazione su strada, fuse le sue conoscenze aeronautiche con le problematiche poste dal successo delle automobili e delle moto⁶². Ne nacque il progetto — presentato a D'Annunzio — di realizzare un aereo con il motore di una motocicletta, l'Harley-Davidson. Non si trattava di un velivolo qualsiasi, ma di un mezzo di trasporto monoposto "a buon mercato" poiché "un buon guadagno sarebbe solo subordinato a una grande produzione"⁶³. La proposta convinse D'Annunzio che si attivò per cercare i finanziamenti. Nel frattempo D'Ascanio continuò a dedicarsi al velivolo popolare, lavorando ai disegni tecnici e studiando approfonditamente il rapporto tra il motore Harley e la scocca dell'aereo, tra i pesi e le potenze, la resistenza e la leggerezza, le ruote e le ali, così come si troverà a fare qualche anno dopo pensando alla Vespa⁶⁴. L'affare fallì per mancanza di finanziatori e l'incertezza che toccò l'aeronautica nell'immediato dopoguerra. Tuttavia, D'Ascanio fissò la lezione americana sulla produzione di massa e sulle possibili contaminazioni tra gli aerei, le automobili e le motociclette.

L'ingegnere abruzzese puntò allora sul commercio, cercando di concretizzare un'attività di import-export tra l'Italia e gli Stati Uniti, cui aveva pensato subito dopo la scoperta della ricchezza del mercato americano. Per questo prese contatti con svariati personaggi. Tra le tante ipotesi vagliate, affiora un tema che riconduce l'ideatore dello scooter Piaggio alla motorizzazione. In uno scambio di lettere, John Murray della Murray Building ventilava la possibilità di importare automobili. Il ragionamento svolto è interessante poiché egli, non conoscendo l'Italia, pensava invece ai beni più richiesti sulla piazza americana e concludeva: "Non so cosa altro può essere o è conveniente esportare. Qui la domanda per piccole automobili di acciaio di alta qualità è più grande dell'offerta"⁶⁵.

Rientrato a Popoli dopo la delusione americana, D'Ascanio aveva già tracciato una traiettoria di vita assai singolare per il suo tempo, una traiettoria ricca di occasioni di crescita e di maturazione intellettuale, imprenditoriale, umana. In Abruzzo aprì uno studio di ingegneria civile e industriale. Contemporaneamente si dedicò a una nuova invenzione: l'elicottero. Con questo obiettivo in testa, nel 1925 fondò una società con il barone Pietro Troiani: evidentemente l'ingegnere godeva di credibilità, delle amicizie giuste, di doti persuasive e di una forte fiducia in se stesso.

Nel maggio del 1926 uno dei primi elicotteri al mondo, il D'AT1, spiccò un piccolo volo, ma si fermò subito per la rottura delle pale dell'elica inferiore⁶⁶. Seguì il D'AT2 e poi finalmente nel 1929, dopo ulteriori perfezionamenti, il D'AT3 che si guadagnò un contratto di fornitura con la Regia aeronautica. In realtà lo Stato non acquistò mai il brevetto dell'elicottero che rimase così senza finanziatori e non fu mai prodotto in serie, nonostante la conquista di alcuni primati. Ciò segnò il tracollo di entrambi i soci, che avevano investito tutto⁶⁷, e la società si ruppe nei primi anni trenta. D'Ascanio, dopo essere stato costretto a vendere persino il tavolo da disegno, fu salvato dal senatore Rinaldo Piaggio (padre di Enrico) che lo prese con sé e si accollò tutti i debiti⁶⁸. Il progettista di punta della Piaggio, Giovanni Pegna, cercava delle eliche all'avanguardia da montare sui suoi nuovi bombardieri e le trovò nell'invenzione dell'ingegnere abruzzese: le eliche a passo

variabile in volo.

Da questo momento fino al 1961 la storia di D'Ascanio si legò a quella della casa di Pontedera, ove diresse l'ufficio tecnico a cominciare dal 1934. Qui, egli cercò costantemente di convincere Enrico a investire sull'elicottero, la sua vera "febbre continua", ma i fallimenti cui andò incontro e il mancato sostegno delle pubbliche autorità lo costrinsero a desistere. Nel 1943 decollò l'elicottero PD3. Ormai, però, il modello brevettato da Igor Sikorsky — che aveva un grande debito verso gli esperimenti di D'Ascanio — era stato riconosciuto a livello internazionale. La guerra, poi, impose il decentramento degli impianti nel Biellese. Nello stesso tempo, Enrico Piaggio decise di scartare la passione di D'Ascanio per puntare invece sulla motorizzazione di massa. Il successo che arrivò alla Vespa negli anni a venire, paradossalmente, rappresentò una condanna per l'ingegnere abruzzese, costretto ad accantonare il cielo per le più prosaiche due ruote, che egli considerava un grazioso ripiego necessario per vivere o, talvolta, con maggiore durezza, la sua rovina. Con evidenti segni di frustrazione, scriveva al figlio del suo rivale Sikorsky:

mi permetto di importunarla più di tutto per dare uno sfogo alla mia continua amarezza prodotta dall'osservazione del continuo sviluppo dell'elicottero, sviluppo a cui, per strane maledette fatalità, io sono dovuto rimanere sempre disgraziatamente estraneo. Dai primi meravigliosi risultati dei primi voli del mio elicottero del 1930, che ha dato il via al sempre crescente sviluppo di questa magnifica macchina, io mi son dovuto occupare per necessità varie sempre di altro⁶⁹.

In realtà, quelle che a D'Ascanio apparivano come "strane maledette fatalità" erano piuttosto le regole nient'affatto ireniche dell'impresa. All'interno della sua gerarchia di poteri, l'ingegnere abruzzese, pur possedendo un notevole capitale culturale di tipo tecnico, ebbe una posizione dominata e la possibile strategia imprenditoriale connessa alla sua ambizione più sentita — il volo e l'elicottero — risultò sconfitta⁷⁰. Egli non riuscì mai a convogliare le risorse sufficienti per dimostrare a Enrico Piaggio di poter entrare in quel settore sconosciuto. Nel primo semestre del 1945 D'Ascanio assunse l'incarico di disegnare qualcosa di nuovo. L'uomo delle invenzioni e dalla mente brillante centrò il bersaglio, intervenendo su un prototipo di scooter realizzato a Biella qualche mese prima: l'MP5⁷¹.

La Vespa apre le ali

Durante il decentramento degli impianti a Biella, gli ingegneri della Piaggio Vittorio Casini e Renzo Spolti frequentarono la casa del conte Felice Trossi. Figura di spicco dell'automobilismo sportivo degli anni trenta, continuamente celebrato sulle pagine di "Il Littoriale", il conte si era circondato di una collezione di veicoli a motore, tra cui alcuni scooter. Qui essi videro il Velta che fu tra gli ispiratori dei circa cento MP5 prodotti in Piemonte. L'antesignano della Vespa presentava un'evidente linea di continuità non solo con il mezzo di Belmondo, ma con tutta la storia degli scooter⁷².

Sarebbe sbagliato presentare l'MP5 come uno sgorbio trascurabile rispetto all'elegante sorella maggiore, la Vespa, cui arrivò il successo. In realtà, il primo scooter Piaggio sfoggiava più di una caratteristica significativa. Il suo vero nome, al di là della sigla di fabbrica, era Paperino. Certo non si può considerare casuale: troppo forte è il richiamo alla Topolino Fiat sul piano dell'immaginario. Un nome, dunque, che conteneva già in sé un progetto imprenditoriale: così come la Topolino intendeva motorizzare il paese con le quattro ruote, il Paperino si proponeva di farlo con le due. Ma il primo scooter Piaggio rivelava anche delle interessanti opzioni tecnico-estetiche che si ritrovano nella Vespa. Il Paperino aveva una carrozzeria portante in lamiera d'acciaio imbutita. Tale scelta palesa la profonda connessione esistente tra la fabbrica della pace e quella della guerra, poiché fu la fisiologica conseguenza della disponibilità dei procedimenti di lavorazione acquistati dalla Budd di Philadelphia fin dagli anni trenta. Gli ingegneri, infatti, essendo ben addestrati a maneggiare l'acciaio, misero a valore queste risorse puntando sulla carrozzeria portante interamente realizzata di lamiera imbutita. Tra le sagomature originali di tale lamiera spicca lo scudo anteriore dell'MP5 che da un canto svela una lontana parentela con l'Unibus, dall'altro sarà innestato sulla Vespa, insieme al faro montato sulla carenatura della ruota. Il serbatoio della benzina era sotto la sella, dotata di ammortizzatori a molla, come la Vespa. Il motore, infine, era un monocilindrico a due tempi di cui una versione era a due velocità con raffreddamento ad aria e trasmissione a catena. In tal caso, il comando del cambio, come nella sorella maggiore, fu montato sul volante⁷³.

L'autorappresentazione dell'impresa vuole che quel modello fosse snobbato da Enrico Piaggio in persona, il quale si rivolse all'ingegnere di Popoli per ricevere altre proposte nei primi mesi del 1945. D'Ascanio elaborò un disegno nuovo che, mescolando criteri aeronautici, automobilistici e motociclistici, diede corpo alla fine dell'anno all'MP6, in seguito ribattezzato Vespa. Il confronto tra questa e il campo degli scooter consente di soppesare meglio gli elementi di rottura rispetto alla tradizione e quelli di persistenza. Permette, altrimenti, di individuare con nettezza il contributo specifico offerto da D'Ascanio, indipendentemente dalla costruzione del mito cui lavorò incessantemente l'impresa.

La Vespa era certamente un mezzo molto accessibile: si inforcava facilmente come una bicicletta poiché lo spazio tra la sella e il manubrio era stato liberato. Garantiva, dunque, il massimo confort offrendo una guida seduta e non a cavalcioni sul telaio, come nelle moto classiche. Inoltre, ispirava sicurezza anche alle donne per la possibilità di poggiare i piedi sulla pedana. Le medesime scelte erano già state fatte dai principali scooter preesistenti tra cui l'Unibus, il Salsbury, il Cushman, il Moto-Scoot, il Crocker e il misterioso Fiat. La conquista delle sottane delle donne e dei preti — come visto — era stato un cliché consolidato dell'*advertising* americano ed europeo.

La Vespa era manovrabile con semplicità e senza sforzo. A differenza dell'esemplare Fiat e del Volugrafo, che avevano una leva di comando del cambio montata in basso rispetto alla guida e centralmente sulla carrozzeria, D'Ascanio collocò tutti i comandi sul manubrio, compreso il cambio a tre velocità consistente in una manopola girevole. Una soluzione analoga, oltre a comparire sulle motociclette, era stata adottata in America dal Cushman 14, in Belgio dal Ner-e-car e da La Mondiale nei primi anni venti, infine, non va dimenticato, da una versione del Paperino.

La Vespa appariva pulita e persino protettiva grazie alla completa copertura di tutte le parti del motore e allo scudo frontale in lamiera, che riparava da agenti atmosferici e urti. La prima caratteristica risultò quasi una bestemmia per le concezioni motociclistiche del tempo, ma non per gli scooter, già autonomizzati rispetto alle due ruote più aggressive ed esuberanti. L'isolamento del motore per bloccare gli eventuali spruzzi era ormai acquisito come un connotato stabile, una sorta di regola d'oro canonizzata da Salsbury in avanti. Certo, le carenature in circolazione erano goffe e ricordavano i macinini da caffè. La Vespa sfoggiava invece un profilo aerodinamico e slanciato soprattutto nella parte posteriore. Tuttavia, quel "vitino" da insetto che, stando alla mitologia, piacque tanto a Enrico Piaggio, si era già visto sul Crocker, con il suo stile morbido a "goccia d'acqua". Inoltre, la tendenza a integrare nella carrozzeria il maggior numero di parti, tra cui i parafanghi, era diffusa nell'industria automobilistica coeva. Lo scudo, invece, era meno comune. Ciononostante era già stato montato sul pionieristico Unibus e fu poi ampliato e reso più importante da Spolti e Casini sul Paperino: i due scudi sono identici, dunque quell'innovazione va attribuita al fratellino più sfortunato.

Il motore era un monocilindrico a due tempi di 98 cc. raffreddato ad aria e montato, insieme al cambio, direttamente sulla parte destra della ruota posteriore, in modo da oscillare con lei. Ciò consentiva di abolire la catena-cinghia di trasmissione e di realizzare una trasmissione diretta dal pistone alla ruota mediante un blocco compatto. Un primo esperimento in tale direzione era stato tentato in Francia dal Lumen e in Gran Bretagna dall'Unibus nel 1920 e, secondo François-Marie Dumas e Didier Ganneau, persino in Russia nel 1936 dal PMS⁷⁴. La Vespa surclassò e superò i precedenti tentativi, inventando un sistema completo di pezzi e ingranaggi originali.

La ruota anteriore, a sbalzo come nelle automobili, era retta da un monobraccio di chiara derivazione aeronautica. L'ingegnoso congegno rendeva molto pratica la sostituzione di uno pneumatico forato e si distingueva dalla comune forcella in uso sia nei motocicli sia negli scooter. La Vespa quindi riproponeva quella contaminazione di saperi che aveva già dato ottime prove nell'Autoped e nell'Unibus, affacciando soluzioni ibride ma di grande efficacia quali il manubrio-cloche. La ruota era avvolta da un ampio parafango come già il Paperino, ma ora scopriva una parte più ampia del copertone conservando però il medesimo attacco del fanale.

Quanto al sistema costruttivo, D'Ascanio ripropose quello già adottato da Spolti e Casini, vale a dire la scocca portante in cui telaio e carrozzeria coincidono. Questa opzione prevedeva la realizzazione delle varie parti attraverso lo stampaggio di lamiere d'acciaio ottenute dall'incontro tra grandi presse e stampi disegnati su misura. Le varie componenti erano poi assemblate con saldatura elettrica a punti secondo il procedimento della Budd, già in uso per gli aerei e per le carrozze ferroviarie. La Piaggio accantonò quindi il sistema dei tubi e della carrozzeria aggiuntiva alleggerendo così il mezzo, riducendo i costi e razionalizzando il processo produttivo che poteva comporsi di un numero inferiore di operazioni in linea. Si tratta di una novità assoluta? Anche in questo caso la risposta è negativa. Lo stesso procedimento era adottato nell'industria automobilistica. In Italia l'elegante e sportiva Lancia Lambda fu concepita con quel sistema nel 1923⁷⁵.

Se si osserva, infine, lo stile della Vespa nel suo complesso, si notano i tratti tipici delle forme aerodinamiche del tempo, condivise dai più diversi mezzi di trasporto: il Savoia-Marchetti del 1932 nel settore degli idrovolanti, la Mallard di Sir Nigel Gresley del 1935 in quello delle locomotive e soprattutto la tanto decantata "auto del popolo" Volkswagen⁷⁶. In altri termini, la Vespa si ispirò a una sensibilità tecnico-estetica e a criteri aerodinamici diffusi a quel tempo tra le punte più avanzate dell'industria e del design. Si è già sottolineata la sorprendente affinità tra la forma a goccia d'acqua dello scooter Piaggio e le varie evoluzioni della Volkswagen. Affinità riconducibile oltre che a una dimostrata circolazione delle informazioni tra Italia e Germania, anche alle traiettorie degli ideatori, D'Ascanio e Porsche, i quali attraversarono universi sociali e culturali affini. Non si può inoltre non rimarcare un'ulteriore vicinanza tra i due mezzi. Al di là dell'impronunciabile nome ufficiale, Kraft durch Freude (KdF), l'auto del popolo fu spontaneamente ribattezzata a furor di popolo *Maggiolino*, in tedesco *Käfer*. Quel nome, in inglese *Beetle*, fu poi ripreso nel 1938 dal "New York Times" e fu ufficializzato in Germania nel dopoguerra. Ebbene, come non sottolineare la condivisione dello stesso paesaggio mentale: Vespa e Maggiolino, la "moto del popolo" e "l'auto del popolo"? Seguendo — almeno nei fatti — la ricetta del testardo Tassinari, l'impresa si propose di motorizzare il paese come era accaduto in Germania grazie alla determinazione del Führer. E allora quale definizione migliore di un altro insetto che, peraltro, si distingueva nella realtà per maggiore finezza e agilità?

Conclusioni

La genesi della Vespa non può essere attribuita solo alla strategia intenzionale e teleologica dell'amministratore delegato, oppure di un pugno di manager. Al contempo, volendo individuare al di fuori dei confini aziendali una spiegazione della sua origine, si resterebbe insoddisfatti arrestandosi al ruolo ipostatizzato della tecnologia oppure del mercato, oppure di entrambi contemporaneamente, secondo un'impostazione storiografica accreditata⁷⁷.

La nascita della Vespa derivò piuttosto da una costellazione singolare di fattori che cooperarono insieme. Si trattò, altresì, di una trama al cui interno le componenti economiche furono intrecciate a quelle sociali, culturali e politiche, in un contesto storicamente determinato.

Tra i fattori esterni all'impresa, bisogna ricordare innanzitutto lo sviluppo internazionale e nazionale del campo degli scooter, che offriva spunti, modelli, idee alle quali la Vespa attinse. In secondo luogo, influì il ritardo della motorizzazione di massa italiana sia sul versante delle quattro ruote sia su quello delle due, nonché la particolare configurazione del mercato italiano della moto tra guerra e dopoguerra, sintetizzabile nell'assoluta assenza di una motoleggera utilitaria.

Al di là dell'esigenza di un veicolo accessibile ed economico, fondamentale fu l'opera di rappresentazione e di costruzione del bisogno di una "moto del popolo" da parte dei periodici vicini alla cultura populista del fascismo e, al contempo, la trasmissione delle informazioni relative alla Germania e agli Stati Uniti. La percezione di quel bisogno fu amplificata dall'intervento delle associazioni di rappresentanza degli interessi (Rfmi) per la diffusione di un mezzo popolare attraverso campagne e iniziative pubbliche di grande impatto spettacolare, come le mostre e le esposizioni del motociclo.

Un ruolo importante fu giocato da alcuni provvedimenti delle istituzioni, che incoraggiarono la fabbricazione delle due ruote e la sua vendita: tra essi l'abolizione della tassa di circolazione nel 1938. Le misure istituzionali di tipo legislativo e politico contribuirono indubbiamente alla formazione dello spazio mercantile per lo scooter.

Un altro fattore che certamente pesò fu l'atmosfera di competizione che si respirava, specie in Italia e in Germania, durante i regimi fascisti. Accantonando per un attimo i contraddittori risultati della politica economica di Mussolini, si vuole evidenziare una matrice squisitamente ideologica. La propaganda esplicita del regime e il nazionalismo si adoperarono per inculcare l'adorazione della nazione, dell'italianità e del suo genio. Scriveva, in tale prospettiva, uno "scenziato" su "Il Littoriale": "Sono di qualità tipiche dei nostri atleti e quindi dell'uomo di razza italiana la ciclicità dello sforzo muscolare, l'ampiezza dei processi metabolici, la *vivacità dell'ideazione* [il corsivo è nostro], la prontezza intuitiva, il carattere e il disprezzo del dolore"⁷⁸. Nel fondale nazionalista, affondava le radici l'esaltazione delle manifestazioni sportive nel volo, nel motociclismo, nell'automobilismo: in tutti i campi ove era possibile imporre un gesto performativo. Si pensi per esempio alla partecipazione della Piaggio alle gare di velocità, di resistenza per motori e aerei lungo tutto il Ventennio. Vi era dunque un'inclinazione agonistica, una tensione per la supremazia, per la dimostrazione muscolare che si estrinsecava su un piano politico, sportivo ed economico-imprenditoriale allo stesso tempo.

In Germania l'invenzione della razza mediante il discorso razzista toccò il culmine⁷⁹. Di essa faceva parte la capacità del popolo tedesco di dominare su tutti i terreni, compreso quello dell'innovazione tecnologica, degli assetti produttivi e naturalmente della forza militare. Ciò si trasferì, per esempio, nell'impegno tenace delle imprese tedesche (Mercedes, Auto Union) sui circuiti motoristici internazionali durante gli anni trenta. In questa pratica di tessitura ideologica, volta a saldare insieme la critica della modernità con l'esaltazione del progresso tecnologico, la *Kultur* e la tecnica entro la cornice unificante del primato della nazione, gli ingegneri si distinsero per pervicacia, come testimoniano alcuni periodici, tra cui "Technik und Kultur" già dall'epoca weimeriana. L'Italia inseguiva a sua volta quei miti e celebrava sulle pagine delle riviste specializzate la grandezza tedesca. Questo dato culturale e politico insieme si tradusse anche in uno spirito creativo, mosso dalla volontà di potenza. D'Ascanio e Piaggio si formarono e operarono immersi in tale brodo di coltura. La pulsione per tagliare il traguardo al primo posto nella sfida economica fu debitrice, quindi, di tale "modernismo reazionario", che era rifranto da mediatori come Renato Tassinari, abbacinati dal culto della Germania⁸⁰.

Questo insieme di fattori — come dimostrano i casi della Fiat, del Velta, del Volugrafo e della Lambretta — avrebbe comunque determinato la nascita di un nuovo scooter in Italia nel volgere di pochi anni, a prescindere da Piaggio. È plausibile addirittura credere che il nuovo scooter avrebbe avuto caratteristiche tecnico-estetiche simili al disegno di D'Ascanio, che pescò in una temperie condivisa da tanti altri ingegneri e uomini d'affari della sua epoca. Naturalmente, Piaggio mise in gioco la sua storia e il proprio specifico patrimonio complessivo che rese possibile la realizzazione di un veicolo originale. Si possono allora sottolineare i fattori interni all'impresa che, sebbene presentino punti di contatto con altre vicende industriali nazionali e internazionali, si declinarono in modo irripetibile soltanto a Pontedera. In particolare, per il peso che ebbe, l'*habitus* e lo stile di gestione di Enrico Piaggio, ma soprattutto la tendenza decennale alla diversificazione che mise a disposizione i saperi per una rapida ed efficiente conversione nel secondo dopoguerra.

Lo scooter Piaggio fu, infine, debitore dell'intera traiettoria sociale di Corradino D'Ascanio. Non si trattò dunque

dell'atto di creazione di un genio che, in assenza di gravità e di forza di inerzia, viveva di ispirazioni miracolistiche. Nell'istante in cui D'Ascanio tracciò il bozzetto dell'MP6 vi riversò tutta la sua storia, intendendo con essa l'insieme delle esperienze che aveva compiuto nel corso della sua intensa e densa vita. Beninteso, con ciò non si vuole sostenere che D'Ascanio avesse fin dagli anni venti una strategia intenzionale, un progetto esplicito consistente nella fusione di aeronautica e motoristica in un mezzo ibrido a due ruote e che aspettò soltanto il momento opportuno. Almeno finora non esistono prove documentarie al riguardo. Piuttosto, le risorse materiali e immateriali incamerate attraversando spazi sociali differenti formarono, in modo assolutamente irreflesso, l'*habitus* con cui si pose di fronte allo scooter, l'unico in grado di dare corpo a un mezzo con quelle proprietà eclettiche⁸¹.

Note:

- 1 Michael J. Piore, Charles F. Sabel, *Le due vie dello sviluppo industriale. Produzione di massa e produzione flessibile*, Torino, Iseidi, 1987, p. 115 [*The Second Industrial Divide. Possibilities for Prosperity*, New York, Basic Books, 1984].
- 2 Andrea Rapini, *Bisogni, desideri, identità: la pubblicità Piaggio e le origini del consumo di massa in Italia*, "Imprese e storia", nuova serie, 2004, n. 28, pp. 225-250.
- 3 Michel De Certeau, *L'invenzione del quotidiano*, Roma, Ed. Lavoro, 2005, pp. 75-79 e 83-140 [*L'invention du quotidien*, I, *Arts de faire*, Paris, Gallimard, 1990].
- 4 Pierre Bourdieu, *Comment l'innovation est-elle possible?*, in *Les Grandes Rencontres médicales. Rapport du colloque Les perspectives de santé des années 90*, Paris, sd., pp. 35-43.
- 5 Particolarmente significativi sono i primi disegni della Vespa, i bozzetti e i semplici schizzi realizzati da D'Ascanio e ritrovati tra le sue carte: Archivio di Stato di Pescara (d'ora in poi ASPe), Fondo D'Ascanio privato, b. 17, fasc. 257-258.
- 6 Pierre Bourdieu, *L'incontro di due storie*, in Id., *Le regole dell'arte. Genesi e struttura del campo letterario*, Milano, Il Saggiatore, 2005, pp. 335-338, trad. di Anna Boschetti ed Emanuele Bottaro [*Les règles de l'art*, Paris, Seuil, 1992].
- 7 "Motociclismo", 1948, n. 6, p. 3.
- 8 Luigi Rivola, *Chi Vespa mangia le mele. Storia della Vespa*, Milano, Giorgio Nada Editore, 1993, p. 10.
- 9 Tutte le foto degli scooter descritti possono essere consultate in Vittorio Tessera, *Scooters made in Italy*, Milano, Giorgio Nada Editore, 1993; Michael Dregni, Eric Dregni, *Scooters!*, Osceola (Wi), MBI Publishing Company, 1995 e sul sito www.scootermaniac.org.
- 10 François-Marie Dumas, Didier Ganneau, *Scooters du monde. 100 ans d'histoire*, Paris, Edition E/P/A, 1995, p. 15.
- 11 V. Tessera, *Scooters made in Italy*, cit., p. 9. Altri esemplari europei di scooter a carrozzeria aperta e ruote un po' più grandi comparvero tra il 1919 e il 1922: il Lumen in Francia, il Velauto, che veniva annunciato come "l'automobile a un posto", il DKW Golem in Germania e poi il Lomos e la Pawa dell'ingegnere berlinese Kurt Passow, La Mondiale in Belgio con un cambio a manopola montato sul volante.
- 12 Per rendere il panorama più completo si aggiunga il Ner-e-car, letteralmente "quasi un'automobile", costruito a Syracuse (New York) dal 1921 al 1924. Dal 1921 al 1926 fu prodotto su licenza in Gran Bretagna dalla Sheffield Simplex in una fabbrica di aerei appartenente alla Sopwith Aviation.
- 13 Cfr. L. Rivola, *Chi Vespa mangia le mele*, cit., p. 11.
- 14 La più rivoluzionaria soluzione tecnica riguardò l'introduzione del variatore e della trasmissione automatica, ancora oggi utilizzata dall'ultima generazione di scooter.
- 15 M. Dregni, E. Dregni, *Scooters!*, cit., p. 22.
- 16 V. Tessera, *Scooters made in Italy*, cit., p. 10.
- 17 F.-M. Dumas, D. Ganneau, *Scooters du monde*, cit., pp. 29, 36-37.
- 18 È evidente, in questo caso, che gli indirizzi statuali ebbero il potere di costruire socialmente lo spazio del mercato. Il fenomeno è analizzato da Pierre Bourdieu, Rosine Christin, *La construction du marché. Le champ administratif et la production de la "politique du logement"*, "Actes de la recherche en sciences sociales", 1990, n. 81-82, pp. 65-85 e ripreso in Pierre Bourdieu, *Le strutture sociali dell'economia*, Trieste, Asterios, 2004, pp. 109-145 [*Les structures sociales de l'économie*, Paris, Seuil, 2000].
- 19 Magno, *L'industria motociclistica italiana alle soglie del 1948*, "Motociclismo", 1947, n. 38-39, p. 28 e Gino Magnani, *La qualità anteposta alla quantità*, "Motociclismo", 1948, n. 1. Altre fonti riportano per l'Italia un dato più basso: 150.964, in *1901-1950 Italia motociclistica. Storia, tecnica, industria, sport, organizzazione*, a cura della Spa Edisport, 1952. Dividendo queste cifre per il numero della popolazione si ottiene circa: una moto ogni 40 persone in Germania (nel 1939); ogni 59 in Gran Bretagna (nel 1931), ogni 63 in Francia (nel 1936), ogni 225 in Italia (nel 1936).
- 20 Gino Magnani, *La situazione del motociclismo in Italia esaminata nei suoi aspetti realistici e contingenti*, "Motociclismo", 1948, n. 10, p. 11 e Id., *Consumativo del 1948, preventivo del 1949*, "Motociclismo", 1948, n. 48, p. 11. Per immatricolazione si intende l'iscrizione al Pubblico registro automobilistico. Va da sé che il numero dei mezzi circolanti, dedotto dalle tasse di circolazione, sia superiore a quelli immatricolati.
- 21 Su "Motociclismo": Ing. Ezio Furio, *Parole franche ai motociclisti. Velocità, potenza, consumo, sincerità*, 1938, n. 1, pp. 23-26; *La XIX esposizione del ciclo e del motociclo. Il salone dell'autarchia*, 1938, n. 3, pp. 66-67; Aldo Farinelli, *L'osteria del ponte nuovo, ovvero: il nostro problema morale*, 1938, n. 3, pp. 109-112; Ing. Giacomo Piantanida, *Le motociclette sono troppo pesanti?*, 1938, n. 5, pp. 59-61; *Produzione e diffusione*, 1938, n. 9, pp. 13-14; Gino Magnani, *Facciamo il punto della situazione*, 1938, n. 13, pp. 26-32; Id., *Nostalgia delle motoleggere, ovvero: chi si contenta gode*, 1938, n. 29, p. 13; *Il saluto dei motociclisti milanesi a Renato Tassinari*, 1938, n. 32-33; *Una situazione da capovolgere*, 1938, n. 34, p. 12; Id., *Non è mai troppo tardi per ravvedersi. I nuovi concetti che dovrebbero animare il movimento motociclistico italiano*, 1938, n. 46, pp. 9-10; Ugo Leonardi, *La motocicletta per il popolo*, 1939, n. 1, pp. 10-11; *La motocicletta per il popolo è ormai una concreta realtà*, 1939, n. 28, pp. 13-15.
- 22 Per un profilo di Renato Tassinari e del suo impegno successivo alla Piaggio si veda Andrea Rapini, *Tra cielo e terra: genesi e decollo della Vespa*,

Bologna, Il Mulino (in corso di pubblicazione).

²³ *Rosa d'inverno e Mostra: due suggestive facce dello stesso prisma*, "Il Littoriale", 22 gennaio 1938, p. 6. Gli argomenti del giornale vennero ripresi da "Motociclismo" e viceversa. L'esempio degli scooter americani divenne un importante terreno di comparazione. La rubrica *Echi-notizie-informazioni* seguì il successo di quegli originali mezzi d'oltreoceano, definiti spesso "sgabelli a motore". Non mancarono foto e servizi che documentavano l'entusiasmo degli americani. Cfr. *Cose d'America*, "Motociclismo", 1938, n. 8, p. 28 (in foto c'è una pubblicità del Cushman); *Echi-notizie-informazioni*, "Motociclismo", 1938, n. 12, pp. 8, 10; *Echi-notizie-informazioni*, "Motociclismo", 1938, n. 20, p. 10.

²⁴ Renato Tassinari, *Coscienza del motore*, "Il Littoriale", 6 settembre, 1938, p. 3.

²⁵ *Le opinioni della Guzzi e della Benelli sulla "motocicletta per il popolo"*, "Il Littoriale", 27 dicembre 1938, p. 3; *La motocicletta popolare all'ordine del giorno (lettera di Ugo Leonardi)*, ivi, 3 gennaio 1939, p. 3; Nicola Pagano, *La motocicletta per il popolo nelle opinioni di un nostro lettore*, ivi, 14 febbraio 1939, pp. 3-4.

²⁶ *Le opinioni di un tecnico-industriale sul problema della "motocicletta del popolo"*, "Il Littoriale", 20 dicembre 1938, p. 3.

²⁷ Renato Tassinari, *La motocicletta per il popolo. Appello ai tecnici*, "Il Littoriale", 16 dicembre 1938, p. 1.

²⁸ Renato Tassinari, *Per la motocicletta del popolo*, "Il Littoriale", 21 gennaio 1939, p. 1.

²⁹ Renato Tassinari, *Verso la Nazione motorizzata. La motocicletta del popolo*, "Il Littoriale", 9 dicembre 1938, p. 1.

³⁰ Renato Tassinari, *La motocicletta vuole una più vasta diffusione*, "Il Littoriale", 29 novembre 1938, p. 3.

³¹ "Pare che questi monopattini a motore abbiano grande successo come mezzo di trasporto cittadino in Germania e negli Stati Uniti. La velocità max non supera i 50 all'ora ma la maneggevolezza, la comodità nello scendere e nel salire, la semplicità dei comandi, l'aderenza data dalle piccole ruote compensano per le prestazioni di città", "Il Littoriale", 13 dicembre 1938, p. 3. Sul numero dell'11 gennaio 1939, p. 6, apparve la foto di un gruppo di poliziotti di Inglewood "equipaggiati su minuscoli scooters". Si trattava del Salsbury Motor Glide. Infine: la foto di due scooter appare in *65 espositori alla Mostra del Ciclo e del Motociclo di Torino*, "Il Littoriale", 13 marzo 1940, p. 6.

³² Queste le proprietà del mezzo secondo Hitler: doveva correre 100 km/h in autostrada, fare 7 km con un litro di benzina, doveva avere un motore raffreddato ad aria, robusto e affidabile, doveva essere capace di trasportare 2 adulti e 3 bambini, doveva essere capace di trasportare 3 soldati e un mitra, doveva costare meno di 1.000 Reichsmark (un operaio specializzato con un buon salario ne guadagnava all'epoca circa 200 al mese, un operaio semplice circa 130, con poche possibilità di risparmiare qualcosa), un prototipo di questa macchina doveva essere pronto in dieci mesi, in Alessandro Pasi, *Il Maggiolino*, Venezia, Marsilio, 1996, pp. 17, 22.

³³ Secondo Terry Shuler, per disegnare la Volkswagen Porsche atinse a piene mani alla Tropfen-Auto di Rumpler del 1921 che aveva già la forma a goccia d'acqua e alla Tatra Type II di Ledwinka soprattutto per il muso (*The Origin and the Evolution of the VW Beetle*, "Automobile Quarterly Books", 1985, pp. 30-31).

³⁴ Ferry Porsche, Günther Molter, *La saga dei Porsche. Autobiografia di Ferry Porsche*, Milano, Giorgio Nada, 2005, pp. 37, 141.

³⁵ Renato Tassinari, *Viaggio in Germania*, "Il Littoriale", 21 novembre 1938, p. 1; *Primi passi della KDF, la vettura del popolo germanico*, ivi, 24 gennaio 1939, p. 3; Corrado Filippini, *Ancora sugli aspetti e sui problemi della motorizzazione*, ivi, 5 marzo 1941, p. 4; Id., *L'unificazione delle costruzioni nel quadro della motorizzazione*, ivi, 27 marzo 1941, p. 1.

³⁶ *Semplificare*, "Il Popolo d'Italia", 26 giugno 1941.

³⁷ Corrado Filippini, *La motorizzazione nazionale nei suoi aspetti e nei suoi problemi*, "Il Littoriale", 26 febbraio 1941, p. 4.

³⁸ Corrado Filippini, *La futura sistemazione europea nel settore della motorizzazione*, "Il Littoriale", 5 giugno 1941, p. 3.

³⁹ Corrado Filippini, *Le norme di unificazione per l'industria motociclistica*, "Il Littoriale", 3 aprile 1941, p. 1.

⁴⁰ Furono create 4 categorie: 125, 175, 250, 500 cc.

⁴¹ *I problemi del motociclismo italiano illustrati dal Consigliere nazionale Renato Tassinari*, "Il Littoriale", 23 giugno 1941, p. 6.

⁴² Si veda per esempio la presentazione di un motociclo danese in "Auto-moto-avio", 1941, n. 5-6, p. 32 e anche il n. 7-8 del 1941. In particolare poi: A.Z., *La bicicletta a motore nel quadro della motorizzazione*, ivi, 1941, n. 19-20, p. 31 e Id., *Mototrasporti ultraleggeri*, ivi, 1941, n. 21-22, p. 33.

⁴³ Carlo Perelli, *Scooter Fiat, gran mistero*, "Motociclismo", marzo 1994, p. 154.

⁴⁴ V. Tessera, *Scooters made in Italy*, cit., pp. 10-11.

⁴⁵ Vittorio Tessera, *Innocenti Lambretta*, Milano, Giorgio Nada, 1995, pp. 16-24.

⁴⁶ Alfred D. Chandler, *La rivoluzione nei trasporti e nelle comunicazioni*, in Id., *La mano visibile. La rivoluzione manageriale nell'economia americana*, Milano, Angeli, 1981 [*The Visible Hand. The Managerial Revolution in American Business*, Cambridge (Mass.), The Belknap Press of Harvard University Press, 1977].

⁴⁷ Per un quadro sintetico ma efficace della "borghesia produttiva" alla vigilia della guerra, si veda Paride Rugafori, *Imprenditori e manager nella storia d'Italia*, Roma-Bari, Laterza, 1999, pp. 21-40.

⁴⁸ Nel 1920 nacque l'azienda forestale di Montalto di Castro da cui Piaggio trasse una parte consistente del proprio fabbisogno di legna.

⁴⁹ Sull'importanza della famiglia Odero nel capitalismo nazionale, si veda Adriana Castagnoli, Emanuela Scarpellini, *Storia degli imprenditori italiani*, Torino, Einaudi, 2003, p. 58.

⁵⁰ Robert Boyer, *Vingt propositions sur l'hybridation des modèles productifs*, in *Histoire et hybridation du fordisme*, Actes du GERPISA (Groupe d'Études et de Recherches Permanent sur l'Industrie et les Salariés de l'Automobile), n. 11. Sul rapporto tra Bourdieu e la "scuola della regolazione", cfr. Robert Boyer, *L'art du Judoka*, in Pierre Encrevé, Rose-Marie Lagrave (sotto la direzione di), *Travailler avec Bourdieu*, Paris, Flammarion, 2003, pp. 267-280.

⁵¹ Sul funzionamento dell'impresa come campo: Pierre Bourdieu, Monique De Saint Martin, *Le Patronat*, "Actes de la recherche en sciences sociales", 1978, n. 20-21, pp. 54-60 e Pierre Bourdieu, *L'impresa come campo*, in Id., *Le strutture sociali dell'economia*, cit., pp. 233-235.

⁵² Giovanni Ferri, Sandro Trento, *La dirigenza delle grandi banche e delle grandi imprese: ricambio e legami*, in Fabrizio Barca (a cura di), *Storia del capitalismo italiano*, Roma, Donzelli, 1998, pp. 405-427.

⁵³ Intervista a "Newsweek" di Enrico Piaggio (1956), cit. in M. Dregni, E. Dregni, *Scooters!*, cit., p. 48.

⁵⁴ Robert Boyer, Elsie Charron, Ulrich Jurgens, Steven Tolliday (a cura di), *Between Imitation and Innovation. The Transfer and Hybridization of Productive Models in the International Automobile Industry*, Oxford, Oxford University Press, 1998.

- 55 Cfr. Copialettere Rinaldo Piaggio relativo agli anni venti, in Archivio storico Piaggio (d'ora in poi ASP), Fondo Amministratore delegato, fil. 1, fasc. 2.
- 56 Gianfranco Pullè, *L'indirizzo della moderna tecnica automobilistica ed il probabile avvenire dell'automobile*, Riccione, Tipografia Moderna, 1930, anno IX, p. 9.
- 57 M. Dregni, E. Dregni, *Scooters!*, cit., p. 50 e F.-M. Dumas, D. Ganneau, *Scooters du monde. 100 ans d'histoire*, cit., p. 26.
- 58 Lettera della John J. Ryan & Sons di New York del 13 agosto 1945 alla Compagnia italiana commercio estero, in ASP, Fondo Amministratore delegato, fil. 197, fasc. 3. La missiva non esiste nell'Archivio Piaggio.
- 59 *Nel segno del genio. Corradino D'Ascanio*, Pescara, s.e., 2001, p. 10. Si veda anche Sovrintendenza archivistica per l'Abruzzo e il Molise, *Corradino D'Ascanio: dall'elicottero alla Vespa*, Pescara, Fabiani, 1986.
- 60 Lettera a Peppino, 1° luglio 1919, in ASPE, b. 2, fasc. 27, 1918-1920.
- 61 Alfred D. Chandler, *La terza fase: lo sviluppo continuo*, in Id., *Strategia e struttura: storia della grande impresa americana*, cit., pp. 513-516 e Id., *La mano visibile*, cit., pp. 452, 463.
- 62 Alberto Mondini, *Un'elica e due ruote: la libertà di muoversi. Vita di Corradino D'Ascanio*, Pisa, Nistri-Lischi, 1995, pp. 21-26.
- 63 Lettera di Corradino D'Ascanio al sig. Kaufman, s.d., in ASPE, Fondo D'Ascanio privato, b. 2, fasc. 27, 1918-1920 corrispondenza.
- 64 Cfr. Lettera di Corradino D'Ascanio a D'Annunzio, 8 marzo 1919; Lettera della Caproni a D'Ascanio, 28 febbraio 1919; Lettera di D'Annunzio a D'Ascanio, 24 febbraio 1919, in ASPE, Fondo D'Ascanio privato, b. 2, fasc. 26, 1918-1919 corrispondenza con Veniero D'Annunzio.
- 65 Lettera di John Murray a Corradino D'Ascanio, 9 dicembre 1919, in ASPE, Fondo D'Ascanio privato, b. 2, fasc. 27, 1918-1920.
- 66 L'elicottero fu battezzato D'AT dalle iniziali dell'ingegnere abruzzese e del suo socio.
- 67 Per un approfondimento sul fallimento della società si rinvia ad Alberto Mondini, *Il fascismo dell'ala rotante*, in Id., *Un'elica e due ruote*, cit., pp. 43-79.
- 68 D'Ascanio subirà una forte decurtazione della liquidazione al momento della cessazione del rapporto di lavoro.
- 69 Lettera di D'Ascanio a Sergei Sikorsky, 1974, in ASPE, Fondo D'Ascanio privato, b. 7, fasc. 168.
- 70 Nel 1952, dopo un incidente occorso all'ultimo modello di elicottero (PD4), Enrico Piaggio pose definitivamente fine a ogni esperimento: "Prego disporre perché sia immediatamente cessata ogni attività relativa all'elicottero [...] e mi riservo di darVi disposizioni in merito alla destinazione dei motori. L'elicottero dovrà essere messo a rottami e chiusa la commessa relativa a tale lavoro sperimentale. [...] Il personale tecnico che si occupava di tale materia dovrà immediatamente essere destinato ad altri lavori più produttivi" (A. Mondini, *Un'elica e due ruote*, cit., p. 155).
- 71 Tra le invenzioni di D'Ascanio: un forno elettrico per il pane e la pasticceria (1919), un "fuoco di artificio" per aeromobili ad accensione e sue applicazioni ai proiettili lanciati con granata a tempo (1926), una macchina elettropneumatica per la catalogazione e la ricerca rapida di documenti d'archivio (1952), un portasisigarette da tasca con apertura automatica a tempo.
- 72 Corradino D'Ascanio, *Storia del mio ingresso e permanenza alla soc. Piaggio*, in ASPE, Fondo D'Ascanio privato, b. 6, fasc. 119. È probabile che il nome MP5, come si usava in aeronautica, rinvii a una numerazione crescente, alle iniziali della casa produttrice (P) e forse la M sta per modello. In un biglietto del 1946 si fa cenno a un MP3. Potrebbe trattarsi di versioni che presentano varie modifiche come il passaggio dalla monovelocità al cambio a due velocità (*Vespa. Un'avventura italiana nel mondo*, Firenze, Giunti, 2003, p. 31).
- 73 F.-M. Dumas, D. Ganneau, *Scooters du monde*, cit., p. 41.
- 74 F.-M. Dumas, D. Ganneau, *Scooters du monde*, cit., pp. 20, 42.
- 75 Nel campo degli scooter l'Unibus aveva già sfoggiato un telaio in profilati d'acciaio con lamiera imbutita.
- 76 *Vespa. Un'avventura italiana nel mondo*, cit., p. 47.
- 77 A.D. Chandler, *La mano visibile*, cit., p. 764 e Franco Amatori, *Introduzione*, in Alfred D. Chandler, *Dimensione e diversificazione. Le dinamiche del capitalismo manageriale*, Bologna, Il Mulino, 1994, pp. 1-10 [*Scale and Scope. The Dynamics of Industrial Capitalism*, Cambridge Mass., Harvard University Press, 1990].
- 78 Lino Businco, "Il Littoriale", 9 settembre 1938, p. 3.
- 79 Sul rapporto tra razza e razzismo e sui dispositivi di costruzione della razza, si veda Alberto Bugio, *L'invenzione delle razze. Studi su razzismo e revisionismo storico*, Roma, Manifestolibri, 1998.
- 80 Jeffrey Herf, *Il modernismo reazionario. Tecnologia, cultura e politica nella Germania di Weimar e nel Terzo Reich*, Bologna, Il Mulino, 1988, pp. 63, 71-72, 223-225 [*Reactionary modernism: technology, culture, and politics in Weimar and the Third Reich*, Cambridge, Cambridge University Press, 1986].
- 81 Pierre Bourdieu, *Il mestiere di scienziato*, Milano, Feltrinelli, 2003, p. 90 [*Science de la science et réflexivité. Cours du Collège de France 2000-2001*, Paris, Raisons d'Agir, 2001].