

IL PUNTO

Non guerra né diesel: è "qualità" la parola chiave del 2017

Se "ripresa" è stata la parola chiave del 2016 per il mondo automotive italiano, quella del 2017 non può essere che "qualità", tornata improvvisamente in auge già sul finire dello scorso anno: la qualità del prodotto, la qualità del rapporto con il cliente, il salto di qualità, la qualità delle scelte...

Naturalmente, la tentazione di indicare altre parole simbolo per il 2017 - come "diesel-qualcosa", "defeat device", "guerra termodinamica globale" ovvero, per farla breve, "tutti contro tutti" - è forte, alla luce dei fatti di

Il circolo virtuoso della grappa, una lezione friulana

crociata del mese di gennaio, che hanno tirato in ballo Fca, Renault, Volkswagen (di rigore l'ordine alfabetico). Soprattutto le ultime tre parole, "tutti contro tutti", sembrerebbero in effetti assai appropriate, considerando che, a differenza di quanto accaduto intorno alla vicenda Volkswagen negli Stati Uniti tra la fine del 2015 e lo scorso anno, questa volta il velo si è squarciato, l'equilibrio del patto non scritto di farsi gli affari propri e non mettere il naso in Casa altrui è stato rotto, e sono scesi in campo, gli uni contro gli altri armati, Costruttori e Governi, enti e istituzioni, ministri e commissari. Una bagarre a cielo aperto, qualcosa di molto vicino a una resa dei conti, nella quale si rischiano di perdere di vista, per cominciare, le differenze tra l'uno e l'altro caso, e per finire - soprattutto - la verità.

Anche qui, e si torna al punto, a fare la differenza sarà la qualità. Il valore. Dei contendenti: i singoli individui e i brand che essi rappresentano. Della comunicazione: il modo in cui ciascuno di essi sceglierà di affrontare agli occhi del pubblico il proprio caso, cioè di raccontare la storia che lo riguarda.

da. Delle scelte strategiche che verranno fatte: quale che sia la verità dell'uno o dell'altro caso, oggi a tutti i protagonisti - che siano i Costruttori, che siano i Governi - si offre l'opportunità di ragionare insieme intorno alla necessità di riscrivere alcune delle regole del gioco, se non addirittura di cambiarlo totalmente, questo gioco. Perché, comunque sia, è evidente che un problema sulle omologazioni dei motori diesel esiste, ma soprattutto perché in questo momento storico è in discussione un valore più alto del campanile: il valore del brand automobile.

La qualità, si torna lì. Il caso ha voluto che, nei giorni in cui veniva fuori che Renault era stata messa sotto accusa a Parigi, la filiale italiana della Casa francese organizzasse in Friuli Venezia Giulia un evento legato al marchio Dacia. E che, a corollario dell'evento, fosse prevista una visita allo stabilimento della grappa Nonino. Per dirne solo qualcosa, l'azienda - da sempre a conduzione familiare - produce grappa dal 1897; è stata la prima al mondo a distillare la grappa di singolo vitigno, modello poi seguito globalmente; non fa pubblicità tradizionale ma punta su eventi (il Premio Internazionale Nonino, arrivato alla 42° edizione e presieduto dal Nobel per la letteratura Naipaul); esporta e vende in 72 Paesi del mondo; fattura intorno ai 15 milioni di euro l'anno; ha impiantato un vigneto sperimentale in Friuli; cura in modo maniacale l'intero processo di produzione, a cominciare dalla scelta delle materie prime; negli anni ha combattuto epiche battaglie

contro la burocrazia a ogni livello per vedersi riconoscere alcuni diritti, per difendere il territorio, per salvare vitigni; ha come motto a uso interno: "Piuttosto che svendere il prodotto, regalalo".

Tutte le generazioni dei Nonino hanno seguito un solo e unico principio: se il brand è il prodotto e il prodotto è di qualità, allora anche il brand è di qualità. Ergo: difesa a oltranza della qualità del prodotto. Con i fatti. Quindi il valore viene

La domanda da fare è: l'automobile vuole bene a se stessa?

garantito a monte dalla scelta delle materie prime, a valle dall'accuratezza e dalla coerenza del processo di produzione. La filosofia del capostipite non è mai stata mai tradita: questo ha generato tradizione. Che a sua volta ha prodotto e trasmesso, a ciascuna generazione dei Nonino, passione. Che a sua volta ha garantito e garantisce ancora oggi la qualità del prodotto. Un circolo virtuoso. In cui ogni singolo componente di ogni singola generazione dei Nonino si è attenuto alla regola sacra: il prodotto deve essere al di sopra di ogni sospetto, per forza ma soprattutto per amore.

Oggi, al tempo della guerra globale intorno al diesel, si va sviluppando - tra le altre - una linea di pensiero che riconduce tutto a una volontà di demonizzare l'automobile, per cui ogni ragionamento si conclude con la domanda: chi vuole male all'automobile?

Secondo noi la domanda da porre è un'altra, e va collocata non in conclusione ma all'inizio del ragionamento. È una domanda che attiene al tema della qualità, della passione, della tradizione, della regola sacra di cui sopra. Questa domanda: l'automobile vuole bene a se stessa?

@