

Dott. Ing.
**GIANFRANCO
PIPITONE**

**Ένα καθαρόαιμο Made in Italy
τεύχος δεν θα μπορούσε να
εξαιρέσει ένα ακόμα μυθικό
όνομα, τη Lamborghini.
Ακούστε λοιπόν τι έχει
να διηγηθεί ένας πρώην
διευθυντής πωλήσεων
της (Ιταλικής;) εταιρίας.**



**Αγαπητέ Dr. Pipitone,
Σας καλωσορίζω στο Auto Business Review.**

Η καριέρα σας είναι συνδεδεμένη με το marketing και τις πωλήσεις ξεχωριστών αυτοκινήτων, όπως εξωτικές Lamborghini και εκκεντρικά μοντέλα σαν το Edonis. Ποιο ήταν το πιο συναρπαστικό project με το οποίο είχατε την τύχη να ασχοληθείτε;

Η ερώτησή σας έχει μια και μόνο μία απάντηση: η αναβίωση του θρυλικού Isotta-Fraschini Tipo 8 ήταν μια μοναδική εμπειρία για μένα. Κι αυτό γιατί η επάνοδος του ονόματος Isotta-Fraschini έκρυβε μια ολόκληρη ιστορία. Πριν τον 2ο Π.Π., το όνομα αυτό ήταν η κορυφαία επιλογή στα σπορ αυτοκίνητα και αποτέλεσε σύμβολο δύναμης πολλών προσωπικοτήτων και ηγετών - αλλά και μια αριστοκρατική επιλογή. Τα Isotta-Fraschini συνδέθηκαν με τη βασιλική οικογένεια της Ελλάδας, τον Πάπα αλλά και τον Adolph Hitler.

Το 1995 ο επιχειρηματίας Giuliano Malvino επιχείρησε το λανσάρισμα του νέου T8. Η χρηματοδότηση του project θα γίνονταν εν μέρει μέσω κρατικών επιχορηγήσεων και το εργοστάσιο θα είχε την έδρα του στην πόλη Gioia Tauro της Καλαβρίας, κοντά στο μεγαλύτερο λιμάνι του Τάραντα.

Δυστυχώς, η συνεργασία μεταξύ του Ιταλικού κράτους και της ιδιωτικής πρωτοβουλίας δεν καρποφόρησε και το εγχείρημα για την επάνοδο του ονόματος Isotta-Fraschini στο χώρο των ακριβών σπορ αυτοκινήτων μετατράπηκε σε μια υπόσχεση για το μέλλον. Παρόλα αυτά, κατορθώσαμε να κατασκευάσουμε έξι πρωτότυπα, βασισμένα σε ένα σχέδιο 2+2 θέσεων, που συνδύαζε την ελκυστικότητα ενός cabriolet με την όψη ενός κουπέ: όταν το hardtop ήταν στη θέση του δεν καταλάβαινες ότι η οροφή ήταν ουσιαστικά μια προσθήκη στο ανοικτό αυτοκίνητο.

Το αναγεννημένο T8 προκάλεσε αίσθηση στην έκθεση της Γενεύης του 1996 και κατόρθωσε να εξασφαλίσει 280 παραγγελίες, που ποτέ όμως δεν εκτελέστηκαν.

Σε μια συζήτηση που είχα με τον καλό κοινό μας φίλο τον Γιώργο Λυμπεράκη, άκουσα μια ενδιαφέρουσα άποψη για τον τρόπο με τον οποίο πρέπει να πωλούνται τα ακριβά αυτοκίνητα. Ο Γιώργος μου εξήγησε ότι δεν πουλάει απλώς αυτοκίνητα, αλλά κοσμήματα... Ποια είναι η άποψή σας γύρω από μια τέτοια φιλοσοφία;

Είναι γεγονός ότι η πώληση εξωτικών αυτοκινήτων δεν έχει καμία σχέση με τον τρόπο που συνήθως αγοράζονται τα καθημερινά μας αυτοκίνητα. Η πώληση μιας Lamborghini ή μιας Maserati δεν είναι μια απλή συναλλαγή αλλά η κατάληξη ενός προσωπικού ονείρου, που έγινε τελικά πραγματικότητα και το οποίο ολοκληρώνεται σ' έναν ξεχωριστό χώρο, σε μια αποκλειστική boutique - που κατά κανόνα φιλοξενεί την έκθεση τέτοιων πανάκριβων αυτοκινήτων. Πράγματι θα συμφωνούσα κι εγώ με την άποψη ότι οι συνθήκες αγοράς και πώλησης τέτοιων αυτοκινήτων μοιάζουν με την τελετουργία που συνοδεύει την απόκτηση ενός κοσμήματος, μια πολύ προσωπική υπόθεση, που βασίζεται στο σεβασμό των ιδιαιτεροτήτων του προϊόντος και των ειδικών προτιμήσεων του αγοραστή.

Νομίζετε ότι εγκυμονεί κάποιος κίνδυνος όταν μυθικά και ξεχωριστά ονόματα πωλούνται σε μεγάλες αυτοκινητοβιομηχανίες - όπως η περίπτωση της πώλησης της Lamborghini στον Όμιλο VW ή αυτή της Saab στην General Motors; Πόσο εύκολο ή δύσκολο είναι τελικά να διατηρηθεί η απήχηση αυτών των ένδοξων ονομάτων και να διαφυλαχθεί η ιστορία τους καθώς πωλούνται σε βιομηχανίες μαζικής παραγωγής οχημάτων;

Υπάρχει πάντοτε ο κίνδυνος της αρνητικής αντίδρασης από κάποιους φανατικούς του είδους, μια και ενοχλούνται όταν απειλείται η αποκλειστικότητα της μάρκας λόγω της τυποποίησης στην παραγωγική διαδικασία ή της αύξησης των ποσοτήτων των παραγόμενων αυτοκινήτων. Σας θυμίζω ότι μερικοί ακόμα χαρακτηρίζουν τις Porsche ως ακριβά VW. Στη Γερμανία, από την άλλη πλευρά, οι κάτοχοι παλιών Lamborghini ασειεύονται με νόημα και πειράζουν τους αγοραστές των σύγχρονων Lambo ρωτώντας τους: *Πώς σας φαίνεται το νέο σας VW;*



Edonis

Πιστεύετε ότι υπήρχαν περιπτώσεις κατά τις οποίες τέτοιες αγοροπωλησίες ζημίωσαν το κύρος και το γόητρο του σήματος που «άλλαξε χέρια»;

Ναι, τα παραδείγματα είναι πολλά. Σας θυμίζω τις περιπτώσεις της Matra όταν πωλήθηκε στη Simca, της Bugatti, αλλά και της Saab, που επηρεάστηκε αρνητικά - κατά την προσωπική μου άποψη - όταν το όνομά της συνδέθηκε με την GM.

Ποιες προοπτικές δημιουργούνται όταν θρυλικά ονόματα προσπαθούν να ξαναμπούν στην αγορά - όπως η περίπτωση της Isotta - Fraschini που αναφέρατε παραπάνω;

Είναι πραγματικά δύσκολο να σας δώσω μια ξεκάθαρη απάντηση. Το πάθος πολλές φορές εδώ ξεπερνάει τη λογική ή το επιχειρηματικό ρίσκο.

Το project Iso Rivolta και οι σκέψεις του Pierro Rivolta για ένα καινούργιο Griffio, αποτελούν μια έμμονη ιδέα. Όσον αφορά την περίπτωση της Isotta-Fraschini, ο Giuliano Malvino δεν θέλει να πεθάνει χωρίς να δει πρώτα ένα από τα φιλόδοξα projects του να γίνεται πραγματικότητα - δηλ. ένα αυτοκίνητο cabriolet, μια ξεχωριστή limo ή ένα θηριώδες SUV. Προς το παρόν διαπραγματεύεται τα οικονομικά με πολλά γκρουπ επενδυτών· βέβαια θα πρέπει να αγοραστούν ξανά τα δικαιώματα για τη χρήση του ονόματος Isotta-Fraschini, που ανήκουν σήμερα στο Castilioni Group του Varese.

Θα ήθελα τη γνώμη σας για τη φινέτσα των Ιταλικών προϊόντων και το πάθος των Ιταλών για τη μόδα.

Το Ιταλικό στυλ και το καλαίσθητο γούστο των Ιταλών είναι παγκοσμίως γνωστά, χωρίς να περιορίζονται στην αγορά αυτοκινήτου ή το χώρο της μόδας. Πιστεύω ότι μια τέτοια αναγνώριση προέρχεται από το μοναδικό Ιταλικό τοπίο, τα χαρακτηριστικά αποτυπώματα της τέχνης που έχει να προσφέρει αυτή η χώρα, την ιστορία και την κουλτούρα του Ιταλικού λαού.

Τα παρακάτω έξι μοναδικά χαρακτηριστικά του Ιταλικού μύθου - που παραμένει όμως παράλληλα και μια καθημερινή πραγματικότητα - είναι η φαντασία, η δημιουργικότητα, η προσωπικότητα, η αποκλειστικότητα, η απόδοση και ο επαγγελματισμός των Ιταλών. *Δε νομίζετε ότι αυτά τα στοιχεία είναι αρκετά;*

Κάποιες φορές οι σχεδιαστές κατηγορούνται ότι καταφεύγουν σε λύσεις που δεν είναι και τόσο πρακτικές. Πόσο συχνά θυσιάζετε το «στυλ» στη ζωή σας για χάρη της «χρηστικότητας»;

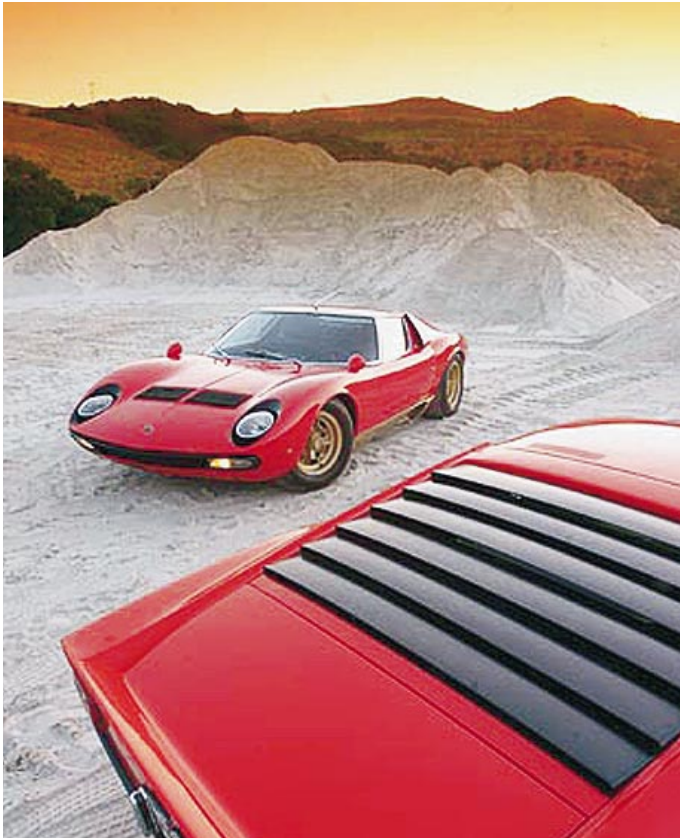
Η πιθανότητα για μια ρήξη απόψεων μεταξύ στυλ και χρηστικότητας απορρέει όταν έρθουν αντιμέτωπες οι προτεραιότητες του τεχνικού και του σχεδιαστικού τμήματος μιας εταιρίας.

Θα προσπαθήσω να σας απαντήσω λέγοντας ότι ένας πιανίστας μπορεί να παίξει όποια μουσική του ζητήσουν, όμως συνήθως αποδί-



Isotta-Fraschini





Παλιά και νέα Miura

δει καλύτερα όταν ακολουθεί τις προσταγές που ξεπηδούν από τα βάθη της καρδιάς του, δηλαδή, όταν παίζει το κομμάτι που αγαπά εκείνος περισσότερο

Από την άλλη πλευρά, θα ήθελα να συνδέσω το ερώτημά σας με το παρακάτω σημείο: θυμηθείτε ότι οι κουπέ Alfa Romeo είναι συνήθως δημιουργίες του οίκου Bertone, τα cabriolet όμως μοντέλα της συγκεκριμένης Ιταλικής εταιρίας προέρχονται συνήθως από την πλευρά της Pininfarina. Νομίζω ότι όποτε έγινε προσπάθεια χωρίς τον παραπάνω συνδυασμό και χωρίς τη σφραγίδα των δύο συγκεκριμένων σχεδιαστικών οίκων, το αισθητικό αποτέλεσμα δεν ήταν το επιθυμητό.

Βέβαια, παρόλο που οι λάτρεις της αυτοκίνησης συνήθως αναμένουν από το σχεδιαστικό τμή-

μα να έχει το «πάνω χέρι» κατά την εξέλιξη ενός νέου μοντέλου, αυτό ίσως και να δημιουργεί κάποια άλλα προβλήματα. Πολλές φορές αναπολώ ένα από τα αγαπημένα μου αυτοκίνητα - την Jaguar E-Type. Καταπληκτικό σχέδιο, πραγματικά μοναδική η σύλληψη για τη δημιουργία του αξέχαστου εκείνου μοντέλου, με το μακρύ καπό που εκτεινόταν - θαρρείς για χιλιόμετρα - μπροστά από τη θέση οδήγησης. Η υπερβολικά αυτή στενόμακρη φιγούρα της E-Type εξυπηρετούσε την εντυπωσιακή έμπνευση για το σχέδιο του αυτοκινήτου, παρόλα αυτά, πάντα θυμάμαι τα προβλήματα αστάθειας που αντιμετώπιζε η δική μου Jaguar κατά τη γρήγορη οδήγηση και τα οποία οφείλονταν ομολογουμένως στον ιδιόμορφο αυτό σχεδιασμό.

Νομίζω ότι την απάντηση για την υπεροχή ή μη ενός καλλιτέχνη σε σχέση με έναν τεχνικό διευθυντή θα πρέπει να την αναζητήσουμε ρωτώντας «*ποιοι τελικά είναι ικανός να βρει πιο εύκολα τον απαραίτητο συμβιβασμό μεταξύ της αισθητικής και των τεχνικών αναγκών*». Πάντως στην περίπτωση των super cars, χρειάζεσαι ένα μολύβι και όχι ένα computer για να φθάσεις στο ιδανικό σχέδιο. Παρατηρήστε το εμπρός μέρος της νέας Miura - σε σχέση με την απλότητα του σχεδίου της πρώτης Miura - και θα καταλάβετε τι εννοώ ακριβώς.

Στην προσπάθειά μου να σας δώσω μια απευθείας απάντηση, θα έλεγα ότι η ιδιότητά μου ως πυρηνικός φυσικός θα με έκανε να σκέφτομαι σαν Γερμανός και όχι ως Ιταλός. Παρόλα αυτά στην καθημερινή μου ζωή κάνω αυτό που νοιώθω κάθε φορά. Η αναλογία μιας τέτοιας σκέψης στο χώρο του σχεδιασμού θα ήταν ισοτίμη με την αναζήτηση μιας αισθητικής λύσης έτσι όπως την επιβάλλει η έμπνευση της τελευταίας στιγμής

Έχετε εργασθεί κατά καιρούς σε πολλές ξένες χώρες και έχετε γευθεί τη διαφορετικότητα αρκετών πολιτισμών και τον ιδιαίτερο τρόπο που κλείνουν οι εμπορικές συμφωνίες σε διαφορετικές χώρες. Μιλήστε μας λίγο για την ποικιλία που έχετε αντιμετωπίσει στην επαγγελματική σας ζωή.

Η σταδιοδρομία μου ξεκίνησε το 1956 ως αξιωματικός του ναυτικού μετά τη φοίτησή μου στην Ανωτάτη Ακαδημία του Ιταλικού Ναυτικού στο Λινόρνο. Μ' αυτήν την ιδιότητα έκανα πρώτη φορά το γύρο του κόσμου, με το ιστοφόρο Amerigo Vespucci, το μεγαλύτερο τότε πλοίο αυτού του τύπου.

Το 1961 ξεκίνησα τις σπουδές μου στο Ινστιτούτο Φυσικής του Πανεπιστημίου του Τορίνο και αργότερα απέκτησα το διδακτορικό μου στην Πυρηνική Φυσική. Έως το 1970 εργάστηκα σε διάφορα ερευνητικά προγράμματα στον οργανισμό Euratom, αναλαμβάνοντας θέσεις σε συνεργαζόμενα ιδρύματα πολλών Ευρωπαϊκών πόλεων.

Τη δεκαετία του '70 ανέλαβα δράση στη ζώνη της Μέσης Ανατολής κι εργάστηκα για λογαριασμό κατασκευαστικών εταιριών. Οι αρμοδιότητές μου με έκαναν να ταξιδεύω συχνά κι έτσι πέρασα πολλά χρό-



Amerigo Vespucci

“Η επαφή μου μ’ αυτήν την πλειάδα των πολιτισμών και η προώθηση αυτών των πολλών εμπορικών σχέσεων με τις ντόπιες εταιρίες, μου δίδαξαν ότι η προσαρμοστικότητα στα εθνικά χαρακτηριστικά και η προσπάθεια για την καλλιέργεια ενός θετικού πνεύματος συνεργασίας είναι το κλειδί της επιτυχίας...”



να δουλεύοντας στην Αίγυπτο, το Ιράκ, το Ιράν, τη Σαουδική Αραβία και τη Συρία.

Η ενασχόλησή μου με το χώρο του αυτοκινήτου ξεκίνησε με την εμπορική διεύθυνση κατασκευαστριών εταιριών με εξειδίκευση στα ειδικά οχήματα μεταφοράς βαρέως τύπου. Εκτός από τη θέση μου ως εμπορικός διευθυντής της Isotta-Fraschini Spa, έχω αναλάβει το 1996 τον τομέα των πωλήσεων της Lamborghini στην περιοχή της Μεσογείου, της Μέσης Ανατολής και της Αφρικής.

Η επαφή μου μ’ αυτήν την πλειάδα των πολιτισμών και η προώθηση αυτών των πολλών εμπορικών σχέσεων με τις ντόπιες εταιρίες, μου δίδαξαν ότι η προσαρμοστικότητα στα εθνικά χαρακτηριστικά και η προσπάθεια για την καλλιέργεια ενός θετικού πνεύματος συνεργασίας είναι το κλειδί της επιτυχίας.

Ζούμε σ’ έναν κόσμο που κυριαρχείται από τις δυνάμεις της παγκοσμιοποίησης. Κάτι τέτοιο κάνει επιτακτική τη χρήση ενοποιημένων και παγκόσμιων στρατηγικών, επιφέροντας έναν υψηλότερο βαθμό τυποποίησης στα προϊόντα που χρησιμοποιούμε. Μήπως νοιώθετε ότι οι Ιταλο-Γαλλικές σας ρίζες - που αντανακλούν βαθιά ριζωμένα τοπικά χαρακτηριστικά και μοναδικές συνήθειες - ανθίστανται σ’ ένα τέτοιο τυποποιημένο μοτίβο;

Δεν μ’ ενδιαφέρει καθόλου η νέα τάξη πραγμάτων ούτε την παρακολουθώ...

Ακολουθώντας τη λογική του παραπάνω ερωτήματος και αναφερόμενος στις διαφορές και τις ομοιότητες που εντοπίζονται μεταξύ των εθνών, ένα χαρακτηριστικό παράδειγμα διεθνούς πιάτου (που έχει παράλληλα μια ισχυρή εθνική ταυτότητα) είναι η pasta. Πολλοί πιστεύουν, δηλαδή, ότι μόνο οι Ιταλοί γνωρίζουν τα μυστικά των ζυμαρικών. Έχετε κάποιες προτάσεις για τον τρόπο μαγειρέματος των μακαρονιών;

Αγαπώ τη μαγειρική και είχα κάποτε ένα εστιατόριο που σερβίριζε pasta. Μη με ρωτήσετε κι εσείς πόσα λεπτά θέλουν βράσιμο τα μακαρόνια Δεν υπάρχει μια ιδανική συνταγή εδώ. Εξαρτάται από τον τύπο της ζύμης, την ποσότητα του αλατιού και τις γευστικές προτιμήσεις του καθενός. Αν έχετε την εμπειρία, θα καταλάβετε συνήθως με την όσφρησή σας αν έχετε προσθέσει πολύ ή λίγο αλάτι. Όσον αφορά τον ιδανικό χρόνο προετοιμασίας, θα πρέπει να βρίσκεστε συνεχώς δίπλα στην κατσαρόλα. Τα τελευταία δευτερόλεπτα είναι τα πιο κρίσιμα. Προσωπικά θεωρώ ότι το πιρούνι θα σας βοηθήσει να καταλάβετε αν τα μακαρόνια είναι έτοιμα, έτσι ώστε να τα «βγάσετε» την κατάλληλη στιγμή και να τα απολαύσετε *al dente*: η πάστα θα πρέπει να κολλάει στο πιρούνι. Υπολογίστε βέβαια στο βράσιμο και το χρόνο του σοταρίσματος, αλλιώς, είναι εύκολο να καταστρέψετε το μενού σας!

Το αγαπημένο σας πιάτο;

Spaghetti ή bucatini σοταρισμένο *ala bagna cauda* (με ζεστή σάλτσα), με σκόρδο, λάδι, ρίγανη, αντσούγιες και λίγο γάλα. Μμμμ... μία δυνατή αλλά ισορροπημένη γεύση. Αν βρεθείτε ποτέ στην Ιταλία ζητήστε επίσης να σας σερβίρουν Tagliatelle al barbaresco και gnocchi al castelmagno.

Σας έχω ακούσει να τραγουδάτε και παρατήρησα ότι το απολαμβάνετε. Γιατί το τραγούδι είναι τόσο μαγικό για σας;

Θεωρώ ότι το να τραγουδάς είναι ίσως ο καλύτερος τρόπος για να συνδεθούν μαζί η μουσική, η ποίηση, τα συναισθήματα, η αγάπη και η επιθυμία να επικοινωνήσεις με τους γύρω σου

Ποιο είναι το «πιστεύω σας» σ’ αυτή τη ζωή;

Η λατινική ρήση *memento audere semper* - μη ξεχνάτε να τολμάτε πάντα. Νομίζω ότι για να είναι κάποιος πετυχημένος, θα πρέπει να είναι δυνατός και να αναζητάει επίμονα την επίτευξη των στόχων του.

Dr. Pipitone, σας ευχαριστώ ιδιαίτερα για το χρόνο σας. ABR