

LA FRECCIA ROSSA

VINCENZO BORGOMEIO

Dal web alle auto d'epoca, dall'estrema tecnologia alla storia e al fascino delle macchine classiche: la Mille Miglia appena conclusasi ha proposto un singolare matrimonio visto che il vincitore è proprio Giordano Mozzi, presidente e fondatore della Siglacom, un colosso del mondo del web marketing. «Sono due mondi che hanno molto in comune — spiega Mozzi — perché quello che oggi è storia una volta era futuro. Anzi il futuro più visionario...».

La Mille Miglia non è più una corsa, ma solo una rievocazione storica. L'impegno e il pericolo sono però sempre dietro l'angolo, oggi come allora?

«Forse non proprio come allora ma chi crede che la Mille Miglia sia una passeggiata è fuori strada. Capisco che qualcuno possa vedere questa rievocazione come tale, con il passaggio fra ali di folla, macchine meravigliose e gente famosa. Ma vista da dentro la Mille Miglia è impegnativa, molto impegnativa».

Sempre rispettando il codice della strada.

«Sì, ma i ritmi sono tiratissimi, non possiamo mai fermarci, abbiamo una tabella di marcia strettissima e poi c'è una forte pressione sulla competizione di regolarità. Certo, molti fanno la Mille Miglia senza neanche guardare i cronometri, ma chi li guarda, invece, ha un bell'impegno».

Già forse per il solo fatto di muoversi per 1.600 chilometri con auto d'anteguerra nel traffico di oggi.

«Sì, uno stress infinito, bisogna avere mille occhi, basta un niente per rovinare tutto, siamo in una tensione continua. E non c'è solo il rischio di distruggere un'auto capolavoro, ma anche quello di farsi male».

Insomma un po' dello spirito della Mille Miglia originaria rima-

Il valore strategico dei "Tribute" nel mondo il prossimo negli Usa

“Così in coppia abbiamo vinto la Mille Miglia”

Il racconto di Giordano Mozzi, vincitore della gara. La fatica e la passione: “Nessuna gara d'epoca ha tanta importanza”



ne ancora. E comela mettiamo con i "Tribute" che vengono fatti in giro per il mondo? A breve ce ne sarà uno negli Usa, lì le cose sono un po' diverse. Servono queste passerelle?

«È vero, lì rimane solo il lato ludi-

co, i Tribute hanno tutt'altra filosofia, sono meravigliose passerelle ed è giusto che sia così. Ma sono fondamentali per la vera Mille Miglia perché gli effetti positivi dal punto di vista della visibilità sono tangibili. Le faccio un esempio: io parteci-

po a diverse gare storiche ma la popolarità che abbiamo avuto io e mia moglie, Stefania Biacca, vincendo l'edizione 2011 non l'avremmo mai immaginata. Nessuna gara di auto d'epoca ha tanta importanza, tanta partecipazione ufficiale di grandi marche e tanti sponsor internazionali: è merito anche dei Tribute».

Ma le sfilate in Usa o in giro per il mondo servono anche al made in Italy?

«Sì, vista la conoscenza della Mille Miglia nel mondo e vista la cultura dell'auto direi di sì. Ancora oggi la Freccia Rossa viene considerata la corsa più bella del mondo. E questo fa sì che l'Italia abbia l'ennesimo fiore all'occhiello da esibire. Insomma, dobbiamo rendere noto che la leggenda della Mille Miglia vive ancora, che esiste. Il mondo lo sa già è vero, però se qualcuno glielo ricorda».