Con il Campionato di Formula Uno Piloti ancora in ballo nell’ultima gara di Abu Dhabi – Fernando Alonso, Mark Webber, Sebastian Vettel e tecnicamente Lewis Hamilton sono ancora in gioco – Bridgestone sta per avere l’epico finale di stagione che ha sicuramente sempre sperato. Abu Dhabi rappresenta anche un punto di riferimento per il nuovo fornitore di pneumatici 2011, visto che Pirelli esporrà e testerà il suo nuovo pneumatico durante il fine settimana, dopo le lunghe sessioni di prova già svolte con i piloti Nick Heidfeld, Roman Grosjean e ultimamente Pedro de la Rosa. La nostra redazione ha parlato con il direttore motor sport Pirelli, Paul Hembery, sui vantaggi dell’essere coinvolti nella Formula Uno e su cosa ci si può aspettare nei prossimi tre anni di fornitura Pirelli.

Quando Pirelli vinse il contratto di fornitura dei pneumatici per la Formula Uno, Il CEO e Presidente Marco Tronchetti Provera si affrettò a enfatizzare che la nuova sfida avrebbe avuto “impatto zero” sul budget aziendale. Hembery spiega che le ragioni di questa dichiarazione avevano una doppia valenza. E’ risultato del “riconoscimento del corrispettivo economico per Pirelli” come fornitore di pneumatici e del “ricollocamento” dei fondi da altre aree, come ad esempio le attività aziendali nel rally, visto che Pirelli non fornirà più il World Rally Championship, pur rimanendo attiva nell’iniziativa Star Drivers 2011, come annunciato a fine ottobre. La produzione dei pneumatici per la Formula Uno avverrà infatti nella fabbrica in Turchia, dove non è stato necessario aumentare la capacità produttiva, ma solo spostare l’attenzione da altre attività di motorsport.

I motivi di attrazione della Formula Uno per Pirelli sono molteplici; quando la società ottenne il contratto, Tronchetti Provera parlò della “visibilità globale” e di “un grande ritorno in termini di immagine del marchio e riconoscimento tecnologico grazie al fatto che la Formula Uno raggiunge due miliardi di spettatori, uno nelle regioni a rapida crescita economica”. Hembery aggiunge che i sei eventi sportivi che sono stati confermati in Asia, così come il Gran Premio indiano a Delhi, hanno un grande potenziale e rendono la Formula Uno particolarmente interessante per Pirelli, che continua a guadagnare quote in questi mercati a rapido sviluppo. “La Formula Uno incontra perfettamente le nostre aspirazioni globali” oltre ad essere accattivante per i nostri mercati in Europa”, afferma Hembery. Il direttore accenna anche al possibile ritorno della Formula Uno negli Stati Uniti e ad un appuntamento in Russia nel prossimo futuro.

La velocità con cui pare che Pirelli abbia compiuto la difficile impresa di produrre pneumatici per Formula Uno senza avere una recente esperienza specifica, è stata senza dubbio possibile grazie alla collaborazione dei piloti e della Toyota 2009 che Pirelli ha utilizzato per i test, ma Hembery sottolinea anche che la “fama riconosciuta di Pirelli nei circoli OE premium”, la sua “attività con i produttori di vetture premium”, la sua “base high-tech” e “i sofisticati strumenti di progettazione interni” hanno tutti contribuito al risultato,

pur non nascondendo la soddisfazione per il modo in cui l’azienda è riuscita a superare la sfida di una scaletta di tempi molto stretti. In termini di ricerca e sviluppo, continua Hembery, la Formula Uno offrirà delle opportunità per “progetti di ricerca avanzata”, caratterizzando in definitiva i pneumatici Pirelli come “prodotti sicuri”, in una posizione analoga ai prodotti UHP per uso su strada.

Questo non significa che Pirelli vuole sminuire il brivido delle gare di Formula Uno. “Potremo costruire pneumatici che durano un intero weekend”, dice Hembery, “ma vogliamo contribuire a rendere lo sport emozionante”, che significa un alto “livello di strategia” e “variazioni nelle corse”. Se il terzo posto di Webber a Singapore è stato senza dubbio la dimostrazione della durata del Bridgestone Potenza, la dichiarazione sembra suggerire che l’approccio di Pirelli sarà differente, impressione confermata dai piloti: “Questi pneumatici Pirelli hanno le loro specifiche caratteristiche… sono convinto che saranno un pacchetto molto competitivo” ha dichiarato di recente De la Rosa.

E che ne è del programma ecologico dell’azienda in Formula Uno, un risultato che sembra cambiato rispetto alle precedenti stagioni? Hembery sorvola sulla questione che il riconoscimento “verde” possa essere collegato con la Formula Uno: “è un insulto al pubblico parlare del rispetto per l’ambiente dei pneumatici di Formula Uno” dice. “In definitiva si tratta di un campionato di velocità estrema”. In ogni caso l’attenzione di Pirelli all’ecologia sarà visibile lungo il percorso, con lo smaltimento dei pneumatici a fine vita che è un modo più coerente per enfatizzare il rispetto per l’ambiente. Anche per i fornitori di gomme concorrenti non è una politica attuabile, secondo Hembery, anche se aggiunge che Pirelli “non lo esclude per il futuro”.

Insomma Hembery afferma che il suo obiettivo in Formula Uno è lavorare per fornire, in base ai dati, un prodotto equilibrato a tutte le squadre, per aiutarle ad aumentare la competitività con le mescole Pirelli. Il prodotto finale dovrebbe essere pronto a “inizio febbraio”, anche se Pirelli vuole continuare a testare e sviluppare il prodotto per tutta la stagione. Nel frattempo Paul Hembery continuerà a godersi il “brusio attorno all’azienda”, anche se “non vede l’ora che termini la prima gara” in Bahrain il 13 marzo. andrew.boogie@tyrepress.com

© riproduzione riservata
pubblicato il 11 / 11 / 2010