

I piani del marchio di ciclomotori. Nel 2009 fatturato a 60 milioni

Malaguti compie 80 anni e rilancia sul design italiano

DI VALENTINA GIANNELLA

Malaguti rilancia sul design e l'assemblaggio made in Italy in occasione degli 80 anni del marchio di motocicli emiliano reso celebre dallo storico Fifty, che fece correre sulle due ruote giovani e meno giovani per tutti gli anni 70-80. Dopo il Fifty, Malaguti passò allo scooter dal design di ispirazione aeronautica. «L'idea vincente fu quella di chiamarlo con il nome dei caccia: F10, F14. E poi venne il Phantom, di cui sono state prodotte dal 1994 più di 450 mila unità», ricorda il presidente Antonino Malaguti, omonimo nipote di quell'Antonino che fondò l'azienda nel 1930 nel bolognese. «Allora costruivano biciclette, erano in 15 dipendenti», racconta Malaguti. «Nel dopoguerra iniziò la produzione dei ciclomotori, attività che diventò in breve il core business dell'azienda. Il passaggio dalla bici alle due ruote motorizzate avvenne con il mitico motore Mosquito montato su uno speciale telaio Malaguti con serbatoio integrato e con l'Express, che prese il nome dal motore di fabbricazione tedesca, modello che fece conoscere Malaguti sul mercato internazionale».

Nel tempo, spiega Malaguti, «il mercato è cambiato moltissimo, così come il target di riferimento. Negli anni del dopoguerra le due ruote servivano per andare a lavorare per cui si richiedevano modelli essenziali ed economici. Tra gli anni 60 e 70, con il boom economico, il motorino

è diventato il mezzo di trasporto dei giovani nel tempo libero, e i modelli hanno cominciato a tenere conto del look. Negli anni 80 nasce lo scooter con la precisa funzione di agevolare gli spostamenti nel traffico delle grandi città. E per tutti gli anni 90 abbiamo assistito a una forte crescita, con un riassortimento medio ogni 4 anni e mezzo. Oggi il nostro mercato di riferimento, principalmente l'Italia e l'Europa, è tipicamente maturo e si basa solo sui riassortimenti con ritmi comunque rallentati dalla crisi generale». Un'immagine per tutte da un'idea di quanto questa maturità significhi in termini di player di settore: «Nel 1981», sottolinea Malaguti, «al Salone del motociclo, tra italiani ed europei, eravamo in 80 produttori. Adesso non arriviamo alla decina e, se guardiamo solo al mercato dei motorini, siamo rimasti in 5 compresi i big multimarca come Piaggio».

Nel 2009 Malaguti ha chiuso l'anno con 60 milioni di fatturato e 30 mila unità prodotte. Per il 2010 punta a un sostanziale pareggio e lancia una nuova versione del suo bestseller Phantom in cobranding con Ducati, il Phantom F12 R50 Ducati special edition Australian Gp, e presenta il primo scooter MalboLine by Malaguti, modello pensato per i piccoli spostamenti dei più giovani in città.

La chiave per non rimanere fermi al palo, secondo Malaguti, sarà però «continuare a scommettere sul design italiano e continuare a fare uscire i prodotti dal nostro stabilimento di Castel San Pietro a Bologna. Questo consente anche di garantire, a differenza dei nuovi concorrenti asiatici, ai clienti un servizio di assistenza e ricambio realmente efficiente».

—© Riproduzione riservata—



Il nuovo Malaguti Phantom F12

