

TESTATA	ECONOMY (PANORAMA)
DATA	24.11.2010

Economy

portato a utilizzare 15 componenti, rispetto ai 6 che normalmente si utilizzano. Per dare un'idea, nel grigio telesto della Reventon c'è anche il viola. In più, la mano di vernice su una finitura opaca non si può riprendere come con un colore normale, quindi per evitare inclusioni di corpuscoli, come le polveri, la mano opaca è data in cabine di verniciatura appositamente dedicate» spiega **Filippo Perini**, capo del Centro stile Lamborghini.

In termini concreti, significa che in caso di portiera rigata nel parcheggio bisognerà riverniciare tutta l'auto. Spesa che comunque sembra non spaventare i clienti della casa di Sant'Agata Bolognese, tanto che il 10% delle Murcielago e il 3% delle Gallardo sono oggi scelti con una vernice opaca. Ovvero, colore come identità di un marchio e successo industriale, un po' come è riuscito alla Apple, capace di trasformare il bianco traslucido dei Mac in sinonimo di innovazione e tecnologia glamour.

Un'operazione che viene replicata dall'industria generalista che solo negli ultimi mesi ha lanciato colorazioni nero opaco per la Fiat 500 Black Jack, la Lancia Delta Hard Black (la prima prodotta in serie non limitata), la Ford Focus Rs500 e la Citroën Ds3 Just Black. Non mancano però per le finiture opache anche voci fuori del coro: per Audi, ma anche la Porsche è della stessa opinione, «mancando l'ultima mano di trasparente, la vernice è molto più fragile. Per ora il nostro elevato stan-

... può essere colori opaci, come per Suzuki della vernice 5.080

Una pellicola per wrappare qualsiasi macchina

L'alternativa economica per colorare la propria auto di nero opaco si chiama in gergo wrappare. Il termine è importato dagli Stati Uniti, dove «wrap» significa avvolgere: in questo caso ricoprire la propria auto di una pellicola adesiva nera opaca. Basta andare su internet e acquistare online i fogli adesivi e il gioco sarebbe fatto. Ma il condizionale è d'obbligo: a meno di non essere dei carrozzieri provetti, è meglio rivolgersi a personale esperto. L'unico modo per far sembrare l'auto identica a una verniciata è smontare più elementi possibili: paraurti, portiere, specchietti. Secondo gli addetti ai lavori la pellicola è rimovibile senza problemi e per ogni lavoro è rilasciata una garanzia di 3 anni, contro i danni da distacco e invecchiamento precoce. Nessun problema anche per il lavaggio: l'auto wrappata resiste sia ai rulli sia alla lancia. Costi? La pellicola è venduta in fogli da 30-50 cm per 120-135 cm, a un prezzo unitario di 50 euro. Il lavoro completo dipende dal modello: per una Fiat 500 si spendono circa 1.500 euro; per una Audi A3 1.600; per una Lamborghini Murcielago coupé 3.200. Su quale sia l'auto più wrappata, i wrapper non hanno dubbi: la Bmw Serie 1.

Guarda il video sul cellulare



Con il Qr Code puoi vedere come si «wrappa» l'auto con la pellicola adesiva opaca.



LA PRIMA DI VALENTINO Il «Dottor» Rossi ha iniziato la sua avventura in Ducati provando sul circuito di Valencia la Desmosedici Gp11 messa a punto dal team di Borgo Panigale e con livrea nero opaco.

euo). La piccola di tendenza per eccellenza, la Mini, non ha oggi in gamma, e non ha mai pensato di aggiungerlo, il nero opaco (la nuova Smart ha invece un green light opaco). Così come scettico si è dimostrato anche qualche designer, come conferma lo stesso Filippo Perini: «Le vernici opache scure nascondono forme e stili, tanto che erano utilizzate per camuffare i prototipi prima della commercializzazione per non dare indicazioni alla concorrenza. Completamente diverso il discorso del bianco opaco: qui il designer non può sbagliare perché ogni linea è messa in risalto e qualsiasi errore risulterebbe fatale».



REUTERS

Su Internet torna il baratto

E ora online va di moda il baratto. Sembrerebbe uno scherzo e invece è ciò che avviene tutti i giorni nella nuova piattaforma destinata allo scambio merci online di H2Biz (www.h2biz.eu), il primo hub italiano per imprenditori, professionisti (nato nel 2008), che vanta tra i propri 6.000 iscritti manager del calibro di Diego Della Valle (Tod's), Enrico Preziosi (Giochi Preziosi), Gianluigi Aponte (Msc), Salvatore Lauro (Lauro shipping) e Remo Ruffini (Moncler). Quale sia l'obiettivo di questo nuovo servizio lo spiega **Luigi De Falco**, fondatore e presidente H2biz: «Andare incontro in modo tangibile alle necessità del mercato e degli operatori di tutti i settori di business offrendo loro servizi esclusivi ma alla portata di tutti» spiega. L'idea è semplice: un avvocato ha bisogno di un'auto nuova? Invece di metter mano al portafoglio, offre sulla piattaforma «Cambio merci» di H2Biz, lanciata a settembre, una consulenza legale il cui valore sarà commisurato a quello del modello di auto che ha deciso di comprare. Ma le transazioni ammesse tra beni e servizi sono tra le più svariate. C'è l'impresa che chiede un nuovo arredamento per l'ufficio in cambio di una campagna pubblicitaria via mail; oppure l'esperto di strategia che offre una consulenza aziendale in cambio di un notebook. O, al contrario, un imprenditore che mette in vetrina pannelli solari del valore di 3.000 euro in cambio di consulenze fiscali.

(m.m.)

