

Autogrill, icona della classe media ora punta sulla «sosta verde»

Nascerà nel 2008 vicino a Ravenna il primo «ecogrill» Trent'anni che hanno cambiato il modo di viaggiare

MILANO — C'è un luogo in Italia dove la Nutella non è mai stata di sinistra e una «bella minestrina» non è mai stata di destra, come ci aveva abituato a credere la canzone di Giorgio Gaber. Anzi: nei primi autogrill Pavesi le minestrine accoglievano ecumenicamente gli italiani che percorrevano le strade del boom economico, e fino ad oggi l'Autogrill, diventato marchio di successo e da esportazione, è stato l'unico luogo dove si trovava ancora la Nutella da 5 chili, quella nel mitico barattolone, che tutti golosamente afferravano dagli scaffali senza porsi dilemmi di schieramento (e ora si sentono un po' orfani perché da qualche settimana il megabarattolo è sparito anche da lì). L'autogrill, monumento della cultura pop, è stato, da subito, la gran palestra del consumismo laico, non ideologico, che ha accompagnato la nascita della borghesia italiana. E ha rivoluzionato il concetto di sosta contemporanea, offrendo al viaggiatore un punto di riferimento riconoscibile ed omogeneo, da Nord a Sud. Ora che il marchio Autogrill compie trent'anni si rende onore a questa rete di piccole cattedrali della modernità, che sono cambiate insieme al nostro Paese. E che hanno fatto lievitare quel marchio fino a trasformarlo in modello da esportazione. E difatti Autogrill, oggi leader mondiale nei servizi di ristoro per chi viaggia, fattura 4,8 miliardi di euro di cui solo poco più di uno in Italia, il resto, e cioè la stragrande maggioranza, all'estero. «Ed è proprio questo l'aspetto che ancora la gente non ha messo a fuoco, e cioè che ovunque vadano, noi ci siamo: nei grandi aeroporti, nelle stazioni, con il cibo, con i giornali, con i servizi Cnn o Fox, con la catena Starbucks, con tutti quegli aiuti che servono ad alleviare la sosta del viaggiatore contemporaneo» dice Gilberto Benetton, presidente del gruppo da quando, nel 1995, Benetton entrò in Autogrill per avviare la grande privatizzazione (partendo da un fatturato di 850 milioni).

E la mostra che si inaugura giovedì a Milano, per i trent'anni del marchio — nel 1977 c'era stata l'unificazione dei vecchi Pavesi Motta Alemagna assorbiti dal-Iri sotto l'ombrello Autogrill — vuole proprio raccontare la storia dell'espansione nel pianeta di questi progenitori degli Starbucks: si articolerà su una specie di grande tappeto che riproduce il mondo, con evidenziate le aree geografiche di presenze Autogrill. «Il futuro è negli aeroporti (a fine 2007 rappresenteranno il 56 per cento dei ricavi consolidati), e nei nuovi mercati come l'India, dove già operiamo e la Cina, dove bisogna partire subito e dove stiamo trattando con partner locali». Ma anche, continua Benetton, in un forte impegno ecologico che porterà all'apertura di una serie di «Ecogrill» costruiti secondo criteri di risparmio energetico e rispetto dell'ambiente (che tanto potrebbero piacere ad Al Gore, grande amico italiano dei Benetton): il primo già nel 2008 in provincia di Ravenna.

Chissà se il cavaliere del lavoro Mario Pavesi, il figlio di panettiere diventato l'eroe dei Pavesini, immaginava tutto questo quando — correva l'anno 1947 — ebbe l'ardire di aprire un piccolo spaccio di biscotti sulla Milano-Torino al casello di Novara, che presto sarebbe diventato il primo punto ristoro d'Italia. Poi sarebbero venuti gli autogrill a ponte, quelli che hanno invaso l'immaginario di generazioni di baby boomer: progettati da una triade di architetti (Bianchetti-Bega-Casati) con le loro arcate che oltrepassavano le autostrade da parte a parte. Già luoghi griffati, riconoscibili, e quindi accoglienti e rassicuranti, i nostri Starbucks ante litteram, perché, come ha scritto Steven Spielberg (in un breve testo che comparirà nel libro edito da Skira per la mostra dei trent'anni) «la terra di nessuno di una "transit lounge" è in realtà la terra di tutti».

Nella maggior parte di questi luoghi il cibo ha unificato e omologato i gusti degli italiani (con i Camogli e i Rustichella), e ne ha accompagnato la trasformazione, quasi come la tv. Con qualche elitaria eccezione: al Mottagrill Cantagallo alle porte di Bologna, per esempio, negli anni Sessanta le donne in cuffietta bianca preparavano ancora a mano tortellini di fama eccelsa, che erano richiesti alle feste dei diciott'anni delle fanciulle in fiore della zona, in una sorta di anticipazione dei catering futuri. Ma sempre lì, nel mitico ed elegante Mottagrill, avvenne poi un episodio che rispecchia le cupezze e le contraddizioni dell'Italia di allora.

All'inizio degli anni Settanta gli inservienti fecero partire con il passaparola uno sciopero istantaneo, rifiutandosi di servire un Giorgio Almirante in transito: «Né panino né benzina» per il capo fascista.

Gilberto Benetton concorda pienamente con la tesi di fondo del libro che il sociologo Enrico Menduni ha dedicato all'autostrada del Sole, e cioè che «gli autogrill abbiano dato il loro vigoroso contributo alla costruzione di una classe media in Italia». E che, proprio guardando più all'America che ai modelli Europei, abbiano segnato una maggior rottura con la tradizione, e dato quindi una bella accelerazione verso la modernità. Cosa che ha capito bene il cinema, che li ha usati spesso come sfondo simbolico per le sue storie: da Ieri, oggi, domani, dove Marcello Mastroianni e Sophia Loren sfilano correndo in macchina davanti alle forme futuribili dell'autogrill Villoreti, a

Pane e Tulipani, che inizia con Licia Maglietta (la protagonista Rosalba) dimenticata in autogrill dal marito, mentre cercava un orecchino in bagno. Ma anche parecchi cantautori ne hanno subito il fascino, come Francesco Guccini nella sua Autogrill, che figura anche nella playlist di Piero Fassino compilata da Luca Sofri («La ragazza dietro il banco/mescolava, birra chiara e seven up/e il sorriso da fossette e denti/era da pubblicità»), o Francesco Baccini in Nostra signora dell'Autogrill, che parla di «ragazzi qualunque, che si annoiano in città, vorrebbero partire per Cuba, prendere a calci la luna», ma finiscono la notte all'autogrill. Sempre un viaggio nell'altrove, ma più rassicurante. «La prima volta che ho visto un autogrill ero sulla Treviso- Milano, guidavo io» ricorda Gilberto Benetton, allora ragazzo/lavoratore fresco di patente (aveva cominciato a guadagnare a 14 anni). «Sono rimasto scioccato, mi sono fermato a bocca aperta...

sa, per uno che veniva dalla campagna era come fare un salto nel futuro». E oggi?

«Li frequento poco, purtroppo anche a Milano vengo sempre in aereo». Ma quella sensazione di modernità un po' glaciale, che aveva provato trovandosi di fronte il suo primo autogrill, è servita a Benetton ai tempi della privatizzazione: «L'unica cosa che non mi era piaciuta erano le facce tristi di chi serviva, bisognava scaldare un po' l'ambiente, e abbiamo cominciato rivoltando l'organizzazione del lavoro. Basta con tutto quel grigio, e avanti con le magliette colorate e i cappellini della Benetton — seguendo il nostro slogan, integrazione nella diversità — e avanti con il part-time». Ai tempi era quasi assente nel gruppo, oggi lavorano part-time, in Italia, il 46,8 per cento dei dipendenti: «Adesso sono motivati, e le facce allegre, a Milano come a New York». Sempre più rassicuranti, in fondo.