

# quattro campioni, quattro stili di guida. In lotta per la vittoria

Giuliano Canè, Luciano Viaro, Bruno Ferrari e Giovanni Mocerì: nomi tenacemente ancorati ai vertici della classifica, habitué dei titoli più incalzanti delle cronache. Per tutti loro, veterani della regolarità, la Mille Miglia rappresenta la massima aspirazione, l'Olimpo delle classiche a quattro ruote. Ma come nasce la passione per la Freccia rossa? I quattro campioni sono tutti d'accordo: la passione esplode per tutti in gioventù, ma si coltiva con gli anni. E non è facile. Richiede impegno, tempo, concentrazione, è un amore che vuole attenzioni, conferme. Non sempre è facile coniugare la passione per la regolarità con il lavoro quotidiano. Canè riesce a provare la sua BMW solo qualche giorno prima della gara, mentre Mocerì, di professione pediatra, vorrebbe avere più tempo per collaudare la sua Alfa Romeo. Ferrari, dal 1994 in pista con le storiche, oggi capitalizza la sua intensa esperienza e Viaro, che di mestiere costruisce cronometri, accorda perfettamente le sue due complementari passioni. La tecnica è in tutti i casi vincente. I veterani, chi più chi meno, si tengono ben aggrappati alle prime posizioni, contendendosi le prove cronometrate della Freccia rossa per una manciata di punti. Giuliano Canè vanta il miglior posizionamento medio con dieci vittorie su quindici; Viaro ha sempre fatto centro nella top ten, totalizzando sei podi conquistati e tre primi posti assoluti in 13 partecipazioni; Ferrari ne ha vinte due, nel '95 e nel 2009, mentre Mo-

Giuliano Canè, Luciano Viaro, Bruno Ferrari and Giovanni Mocerì. Names that are tenaciously anchored to the top of the Mille Miglia ranking. Champions who have become accustomed to the most coveted of titles and the homage of the press. For these veterans of regularity races, the Mille Miglia represents their greatest aspiration, the Olympics for classic cars. But where does all this passion come from? All four of them agree, the passion exploded, encompassing all in their youth, but it matured over time. And it wasn't easy. It required effort, dedication, concentration; it's a love that demands attention, and confirmation.

It's not always easy to accommodate passion for regularity racing with a daily job. Canè manages to try out his BMW just days before the race, while Mocerì, who is actually a pediatrician in real life, would love to have more time to enjoy his Alfa Romeo. Ferrari has been racing classic cars since 1994, so can now capitalize on his vast experience. But Viaro makes a living making chronometers, so his passion for his job is in perfect harmony with his passion for regularity races involving classic cars.

Technique is in all cases a vital component for victory. The veterans, some more, some less, hang tightly to their places in the lead. They battle it out with the others in the Mille Miglia time trials, where fractions of a second can make a difference. Giuliano Canè boasts the best average positioning the race has seen up till now, with ten victories out of fifteen. Viaro has always been in the top ten. He has mounted the winner's podium six times, and taken three over-all first places in the 13 races he has participated in. Ferrari has won twice, once in 1995, and once in 2009. While Mocerì came first in 2008 in ranking with respect to penalties. The Sicilian, though a novice when dealing with oldtime engines, is the most promising of aspiring young regularity racing car drivers.

Various factors can determine a victory. Canè and Viaro emphasize the importance of two factors: physical stamina and a feeling for your car. Racing for 1,600 kilometers on a car that is around eighty years old is not easy. The distances are long, the trip is strenuous and fraught with difficulties. Only he who knows his car—who as they say in Italian, 'has a dialogue with his car'—will make progress.





ceri è arrivato primo, nel 2008, nella classifica delle penalità. Il siciliano, sebbene neofita della meccanica d'antan, è il più promettente tra le giovani leve della regolarità. Sono diverse le determinanti di una vittoria. Canè e Viaro enfatizzano l'importanza di due fattori: resistenza fisica e feeling con la vettura. Gareggiare per 1600 chilometri a bordo di una vettura di circa ottant'anni fa non è per tutti. Le lunghe distanze impongono un viaggio difficile e impegnativo, dove solo chi dialoga perfettamente con la vettura va avanti. Mocerì e Ferrari, d'altro canto, insistono sul ruolo del navigatore. Negli anni, Ferrari ha capito che "il navigatore è più importante del pilota", motivo per cui, come aggiunge Mocerì, uno come Canè si è aggiudicato nove dei suoi dieci trofei in compagnia di sua moglie Lucia. Il ruolo del navigatore è molteplice: se da una parte si occupa fisicamente del cronometraggio, dall'altra è una fonte imprescindibile di fiducia e di sostegno per il pilota e, come precisa Viaro, "ne sopporta le frustrazioni". E l'edizione 2010? Com'è stata l'ultima Mille Miglia? Le emozioni legate alla corsa più bella del mondo sono forti, uniche, indelebili, ma soprattutto strettamente personali. Canè, il vincitore ricorda soprattutto la soddisfazione provata a fronte delle molteplici criticità, tra cui la limitata visibilità della sua Bmw 328 e l'elevato coefficiente con cui ha dovuto confrontarsi. "Not so bad" è stato invece il commento di Mark Gessler, in coppia con Viaro. I due si sono aggiudicati il secondo posto, soddisfatti di aver conquistato il podio in occasione del centenario Alfa Romeo. Bruno Ferrari invece, nel 2010 ha provato per la prima volta a "navigare". "Non mi ero mai accorto prima d'ora - ha confessato - di quanto il navigatore potesse impressionarsi per la velocità". Mocerì, infine, ripensa spesso all'antipatico guasto tecnico che l'ha costretto al ritiro, la perdita del tappo del carburatore. E l'anno prossimo? I quattro non hanno dubbi: nel 2011 l'obiettivo è vincere. Come? A ognuno il suo stile. Per tutti, quello della Mille Miglia.

Mocerì and Ferrari, on the other hand, insist on the crucial importance of the navigator. As the years have gone by, with experience, Ferrari has come to understand that "the navigator is more important than the driver". This is why, Mocerì adds, someone like Canè wins nine of his ten trophies when his wife is at his side. The navigator plays a multiple role. On the one hand, he is physically in charge of the chronometry. On the other he is the moral and psychological support for the driver. The person to whom, as Viaro explains, "he can vent his frustrations". And the race in 2010? How was the latest Mille Miglia? The emotions involved in the world's greatest road race are strong and lasting, but above all very personal. Canè, the winner remembers above all the satisfaction that he felt when faced with a series of constraining factors, among which was the limited visibility from his Bmw 328 and the high coefficient he had to work with. "Not so bad", commented Mark Gessler, who was Viaro's codriver. The two placed second, and were satisfied to have reached a high ranking on the occasion of Alfa Romeo's hundredth anniversary. In the 2010 race, Bruno Ferrari experienced the role of navigator for the first time. "I had never realized before," he confessed, "having never been navigator, how impressive speed is." Mocerì, instead, thinks back to the unpleasant break down that force him to withdraw-the loss of his carburetor plug. And next year? The four have no doubts: in 2011 their goal is to win. How? Each one has his own style. And all of them have the Mille Miglia.



# la Mille Miglia vista dalla stampa



Il successo della Mille Miglia è stato premiato da una straordinaria visibilità mediatica. L'edizione 2010 ha dato origine a più di novanta servizi televisivi e duemila articoli sulla carta stampata, oltre a un enorme mole di approfondimenti sul web. Di seguito riportiamo alcuni brani significativi dalla rassegna stampa, la versione completa è sul sito [www.1000miglia.eu](http://www.1000miglia.eu).

Dal "Corriere dello Sport" (28/4, "Piloti, cantanti e ministri in gara alla Mille Miglia") l'annuncio delle presenze famose: "Madrina è Anna Falchi... Tra i piloti, Coulthard, Hakkinen, Mass, Ickx, Stewart. In gara anche Nick Mason (Pink Floyd); Jason Kay (Jamiroquay); i ministri Franco Frattini e Stefania Prestigiacomo, su una Giulietta '57". "Capital" dedica un lungo servizio (maggio, "Mille Miglia tutte d'oro") in cui tra l'altro tratta di sponsoring: "(La Freccia Rossa)... riesce infatti ad avere il patrocinio di numerosi e prestigiosi costruttori senza dare esclusive a nessuno. Un modo garbato ma anche profittevole di gestire le sponsorizzazioni. Bmw, Mercedes, Jaguar, Alfa Romeo sono solo alcuni dei marchi più noti che hanno trovato anche in questa competizione un perfetto veicolo di comunicazione".

Un giudizio lusinghiero viene da un grande campione automobilistico; su "Il Messaggero" (4/5, "Al volante della Storia") Jackie Ickx afferma: "Non esiste nessun'altra rievocazione storica con una partecipazione tanto qualitativa di vetture, macchine che hanno fatto la



storia dell'automobile".

Il lancio dell'"Ansa" (8/5) riporta il messaggio del telegramma del Presidente del Consiglio Berlusconi ripreso da molti: "La storica e prestigiosa manifestazione che sta per svolgersi rinnova il ricordo di uno degli eventi sportivi più significativi e rappresentativi del nostro Paese... È con sentimenti di vivo entusiasmo... che desidero salutare questa edizione della corsa, vera espressione dell'eccellenza italiana nel mondo".

L'emozione sportiva della gara è descritta con passione dai due principali quotidiani di Brescia, per "Brescia Oggi" (9/5, "Canè «re» a Brescia: vince la sua decima Mille Miglia"): "L'ultima prova nel circuito Ferrari di Fiorano vede Canè controllare la situazione, tiene i nervi saldi e si mette in tasca la sua decima Mille Miglia. Un sogno che si realizza nella corsa che l'ha fatto conoscere al grande pubblico..."; per il "Giornale di Brescia" (9/5 "Canè realizza il suo sogno: ecco la decima Freccia Rossa"): "... Il testa a testa tra i due (l'altro è Luciano Viaro, nda) ha dato vita ad un duello mozzafiato, una sfida nella sfida durata fino all'ultima prova speciale...".

Per finire, una provocazione dalle colonne de "Il Mondo" (4/6 "La corsa più bella aspetta Schumi") che chiude: "Lo show 2011? Canè-Galliani continueranno a rompere le scatole a tutti? E Mercedes che farà? Dopo Hakkinen vedremo Schumacher?". La Freccia rossa appena conclusa pensa al futuro, è già attesa per il 2011.



The Mille Miglia's success has been awarded extraordinary media coverage. The 2010 version of the race inspired more than ninety radio and television reports and two thousand articles in newspapers and magazines around the world, not to mention the intense internet interest in the event. Here is a sampling of some of the most significant articles that came out in the press.

Italy's greatest sports newspaper, the "Corriere dello Sport", announced the presence of famous celebrities in April 28. "The godmother is Anna Falchi... Among the competitors, Coulthard, Hakkinen, Mass, Ickx, and Stewart. Also racing are Nick Mason (Pink Floyd); Jason Kay (Jamiroquay); and the ministers, Franco Frattini and Stefania Prestigiacomo, in a 1957 Giulietta."

Italy's financial magazine, "Capital", in its May issue, discussed sponsorship. "[The Mille Miglia]... manages to receive the patronage of many prestigious manufacturers, without ever giving anyone exclusive rights. It's an odd, but profitable way to handle sponsorship. Bmw, Mercedes, Jaguar, and Alfa Romeo are just some of the car makers who have found this competition to be the perfect means of advertising their brands."

A very flattering opinion was expressed by Jackie Ickx, in "Il Messaggero" on May 4. He declared "There is no other historic revival that has comparable quality in its cars; cars that have made automobile history."

"Ansa" on May 8, reported the wording of the telegram that Berlusconi, sent to the Mille Miglia: "The historic and prestigious event which is about to take place renews the memory of one of the most significant and representative sports events of our country... And with strong feelings of enthusiasm... I would like to salute this year's race, as a true expression of Italian excellence in the world."

The two major newspapers from Brescia conveyed the emotions in the race. "Brescia Oggi" reported on May 9: "In the last trial on the Ferrari racetrack in Fiorano, Canè never lost his cool. He dominated the situation, and pocketed his tenth win in the Mille Miglia. A dream come true in the race that made him famous throughout the world." And in the "Giornale di Brescia" of May 9: "Neck to neck [with his rival, Luciano Viaro] Canè fought to the death in a suspense-filled duel that lasted all the way to the race's last special trial."

And to conclude, a challenge appears in the columns of "Il Mondo" on June 4: "What is in store for 2011? Will Canè-Galliani keep this up? And what will Mercedes do? After Hakkinen do we get to see Schumacher?" This year's Mille Miglia has just ended, but the race is already looking to the future. We all await 2011.

# roadshow

## la Mille Miglia viaggia forte. Anche all'estero



La Mille Miglia rappresenta sempre di più un'immagine concreta delle migliori qualità italiane nel mondo. E continua a crescere come simbolo arricchendo il suo patrimonio di valori di nuovi significati legati alla sua realtà, ai suoi territori, alle istituzioni e alle aziende che abbinano il loro nome.

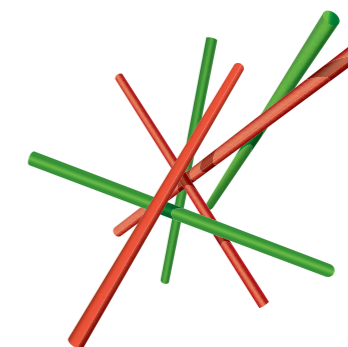
Mille Miglia è ormai diventato un brand internazionale di valore che il mondo riconosce all'Italia e che riscuote consenso, credibilità e ammirazione ovunque.

Questo, grazie anche a un'articolata attività di presentazione nelle principali metropoli dei più importanti Paesi del mondo intrapresa negli ultimi tre anni.

Un roadshow in cui ogni tappa è rappresentata da un format che pre-

*The Mille Miglia gives the world an image, that becomes ever clearer, of Italy's best qualities. It continues to grow as a symbol. It enriches the heritage of values that it has inherited by giving them a new significance tied to the reality of its existence, to its territory, institutions, and the companies that are linked with its name.*

*The Mille Miglia has by now become an international brand, flaunting the values that the world sees in Italy. It resonates with credibility, elicits consensus, and attracts admiration everywhere it goes. This is also thanks to its roadshow presentations, during the last three years in the main metropolises of the most important countries of the*



**ITALIA**  
expo shanghai 2010  
上海世博会意大利馆

senta la Mille Miglia, e le altre eccellenze ad essa collegate, con momenti di spettacolo italiano e di degustazione dei nostri migliori prodotti enogastronomici.

Un roadshow che quest'anno ha già fatto tappa il 21 aprile a Zurigo, la città più popolosa della Svizzera, dove un selezionato pubblico di ospiti della business community e di giornalisti ha assistito alla presentazione multimediale della Mille Miglia 2010. Dopo la Svizzera il Roadshow ha fatto tappa in Cina, sbarcando il 22 giugno a Shanghai nel Padiglione Italiano dell'Expo Universale 2010 - la più prestigiosa vetrina mondiale del made in Italy - dove è stato accolto dal nostro Console Generale in Cina e ha avuto come ospiti i rappresentanti delle massime istituzioni cinesi e italiane, esponenti di spicco del mondo economico e imprenditoriale internazionale, personaggi i-  
stri dell'universo dei media e appassionati di rilievo della Freccia rossa e dell'automobilismo storico.

L'attività di promozione internazionale continua, con le prossime tappe di New York e Abu Dhabi, accrescendo l'attrazione e la passione per quella che sempre di più si conferma essere "la corsa più bella del mondo" e un caposaldo assoluto del miglior made in Italy.



*world. Designed to bring out the best of Italy, the format presents the Mille Miglia race, along with an Italian music performance, while offering its guests a sample of the best of Italian wine and gastronomy.*

*The Mille Miglia's Roadshow chose Zurich as its first destination this year, on April 21. In Switzerland's biggest city a select public from the business community, along with journalists, attended a multi-media presentation of the Mille Miglia 2010. From Switzerland, the Roadshow moved on to China, where it landed on June 22 in Shanghai at the Italian Pavilion of the Expo 2010.*

*As the world's most prestigious showcase on Italy and Made in Italy, the Roadshow of the Mille Miglia was welcomed by the Italian Consul General to China. Present were representatives of the most important Chinese and Italian institutions, V.I.P.s from finance, economy, and industry, celebrities from the media, and important classic car collectors and Mille Miglia appassionati. The international publicity campaign continues. The next stops are New York and Abu Dhabi, as international passion for the Mille Miglia confirms yet again that "the world's greatest road race" is a thriving example of the best of Made in Italy.*

