

Il prossimo fine settimana, il FIA World Endurance Championship farà tappa a Monza per il quinto appuntamento della stagione e in quest'occasione, Goodyear celebrerà il suo 125esimo anniversario con un rebranding molto speciale che coinvolgerà l'Autodromo di Monza, utilizzando il logo originale dell'azienda nata nel 1898 ad Akron, Ohio.

Per l'occasione, Goodyear presenterà uno speciale "fianco" del pneumatico - brandizzato con il primo, originale logo dell'azienda americana nata in Ohio nel 1898 - e tutto il circuito sarà personalizzato con il logo vintage del Piedino Alato. La scelta di Monza non è casuale per Goodyear, perché l'Autodromo è uno dei circuiti più antichi al mondo dove Goodyear è stata protagonista in più di un'occasione.

Lo storico simbolo di Goodyear, Il Wingfoot (in italiano, "Piedino Alato") è stato l'ispirazione per il Wingfoot Award di Goodyear all'interno del WEC, dedicato a quei piloti che durante la gara si rendono protagonisti di prestazioni memorabili. L'icona del Piedino Alato è riconducibile alla mitologia greca. Mercurio era infatti il messaggero degli dei. La sua immagine ispirò il cofondatore di Goodyear, Frank Seiberling, che lo scelse come simbolo dell'azienda.

Dalla sua fondazione nel 1898, Goodyear Tire & Rubber Company ha svolto un ruolo da protagonista nel motorsport. Dopo essere diventato fornitore esclusivo della categoria LMP2 del WEC, dal 2024 Goodyear ha raddoppiato il suo impegno nel mondo Endurance grazie alla fornitura esclusiva della categoria LMGT3.

Per celebrare i 125 anni di Goodyear, tutti i materiali di comunicazione di Goodyear a Monza richiameranno il logo dedicato all'anniversario. Dal fianco dei pneumatici alla cartellonistica a bordo pista, il logo originario di Goodyear sarà protagonista. Quest'iniziativa fa parte di una serie di celebrazioni con cui Goodyear sta celebrando la sua storia in tutto il mondo.

L'autodromo di Monza è stato scelto all'interno del calendario WEC come tappa di questa celebrazione grazie alla sua storia, ricca di eventi memorabili e indissolubilmente legato all'heritage di Goodyear. In aprile, Goodyear ha attuato lo stesso rebranding in America - per la Goodyear 400 della NASCAR al Darlington Raceway.

In Europa, lo farà di nuovo in occasione della NLS5 al Nürburgring, lo stesso giorno di Monza, e della gara di Donington Park del British Touring Car Championship in agosto.

"In occasione della 6 Ore di Monza, il look di Goodyear sarà un po' diverso", afferma entusiasta Ben Crawley, Direttore Motorsport EMEA di Goodyear. "Il nuovo logo sul fianco

dei pneumatici e su tutti i materiali di comunicazione all'interno della pista, faranno vivere la storia e la tradizione di Goodyear in uno dei circuiti più prestigiosi e iconici al mondo. Siamo orgogliosi della storia di Goodyear nel motorsport. Ogni membro della famiglia Goodyear ha contribuito al nostro successo in tutti questi anni - e sono curioso di sapere cosa ci riserverà il futuro".

Dopo la prima vittoria in Indycar nel 1913, Goodyear è diventata l'azienda di pneumatici di maggior successo nel motorsport grazie ai suoi successi in Formula 1, la 24 Ore di Le Mans e la NASCAR. L'approccio globale di Goodyear nel motorsport è stato sintetizzato dalla partecipazione di Garage 56 a Le Mans il mese scorso, che unito il mondo della NASCAR e del WEC in un progetto che ha coinvolto milioni di fans in tutto il mondo.

Successo nel campo dell'endurance



Tra il 1965 e il 1998, Goodyear ha ottenuto 368 vittorie nei Gran Premi di Formula 1, un record che resiste ancora oggi, ma il Piedino Alato si è fatto conoscere anche nel mondo

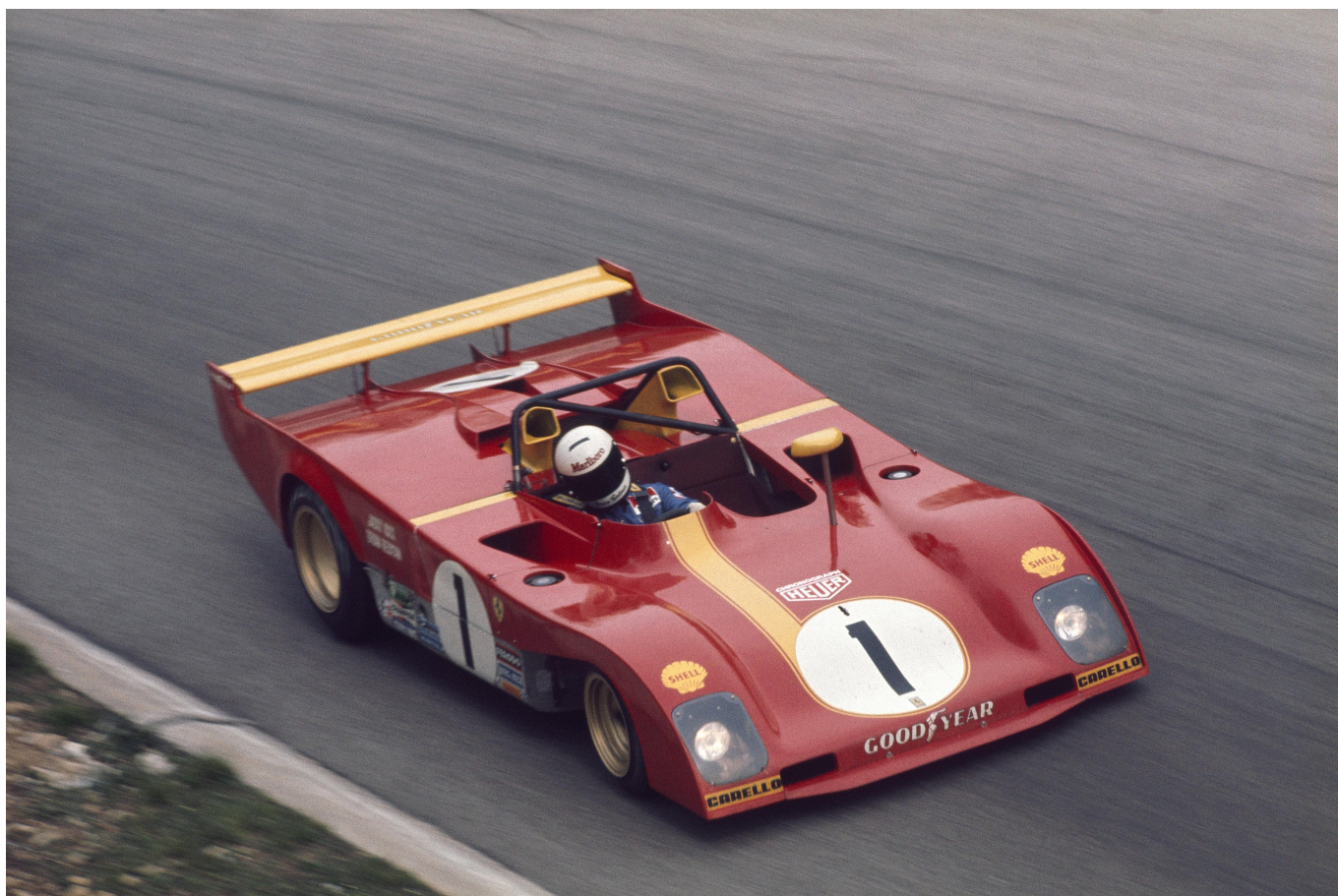
Endurance. Nei campionati precursori dell'attuale WEC, come il World Sportscar Championship o 'Intercontinental Le Mans Cup, Goodyear ha utilizzato le gare Endurance come test per sperimentazioni e sviluppo di nuove tecnologie.

L'Autodromo di Monza è stato un appuntamento ricorrente per Goodyear. L'epoca della Parabolica a Monza ha rappresentato l'ingresso di Goodyear nel motorsport europeo - in un circuito che aggiungeva al tradizionale giro di Monza una parabolica in stile Daytona, che rappresentava quindi il terreno di prova perfetto per Goodyear. Nel 1970, la parabolica smise di far parte del circuito ufficiale - ma Monza non ha mai smesso di essere una sfida affascinante per piloti e ingegneri del motorsport. Goodyear forniva pneumatici ai principali team Porsche, Ferrari e Alfa Romeo di quegli anni - e ha trionfato a Monza con tutti e tre i costruttori durante quel decennio.

Il circuito ha subito delle variazioni nel 1972 con l'aggiunta di chicane, ma questo ha aumentato le esigenze nei confronti dei fornitori di pneumatici. Le performance di trazione e frenata sono diventate sempre più importanti, insieme alla durata e alla stabilità alle alte velocità. La prima chicane, la Variante del Rettifilo, fu ribattezzata Variante Goodyear negli anni '80 e '90, con i cordoli alti e i rapidi cambi di direzione che mettevano a dura prova i pneumatici per 1.000 km o sei ore di gara.

Alcuni dei "magic moments" di Goodyear a Monza:

- 1973: La Ferrari corre con Goodyear nel Campionato Mondiale Marche (precursore del WEC). Jacky Ickx e Brian Redman vincono la 1.000 km di Monza con la gloriosa 312PB.
- 1975: Anche Alfa Romeo si affida a Goodyear e Arturo Merzario e Jacques Laffite vincono con l'Alfa Romeo T33/TT12.
- 1976: Niki Lauda torna dal terribile incidente del Nürburgring in un Gran Premio di Monza di F1 immortalato nel film Rush. Lauda porta la sua Ferrari a un eroico quarto posto, in una gara vinta dal pilota Goodyear Ronnie Peterson.
- 2021: United Autosport conquista il podio e la vittoria in LMP2 a Monza, grazie anche alle performance e alla durata dei pneumatici Goodyear. Philip Hanson, Fabio Scherer e Filipe Albuquerque sono saliti sul gradino più alto del podio nel ritorno a Monza del WEC dopo 13 anni.



© riproduzione riservata pubblicato il 3 / 07 / 2023