

30 Οκτωβρίου 2017

Παπάκι: Ένας ύμνος στο πιο τίμιο γκάζι της ζωής σου

/ [Επιστήμες, Τέχνες & Πολιτισμός](#) / [Πολυμέσα - Multimedia](#)

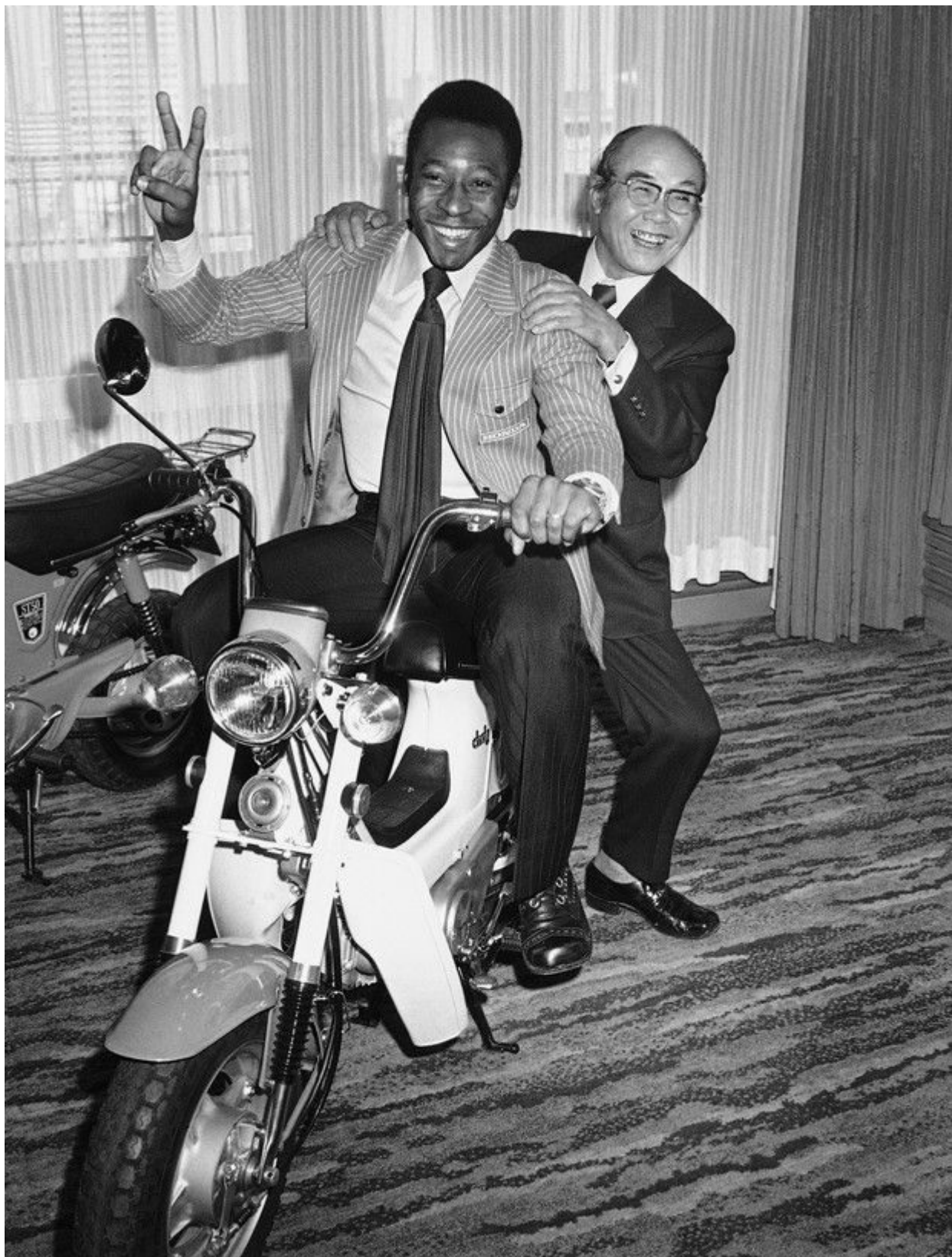


Είτε το πιστεύεις είτε όχι, το θρυλικό παπί όντως δημιουργήθηκε για να εξυπηρετεί ντελιβεράδες τη δεκαετία του '50.



Σε λίγο συμπληρώνονται έξι δεκαετίες από τη γέννηση του πρώτου ‘παπιού’. Του δίτροχου Αδάμ που δίχως Εύα αλλά με σύντροφο την ιαπωνική τεχνολογία/εργασιομανία απέκτησε περισσότερα από 100 εκατομμύρια απογόνους, δημιουργώντας ένα είδος που κατέκλυσε κάθε γωνιά του πλανήτη! Ανεξαρτήτως γλώσσας, θρησκείας, ποιότητας δρόμων ή ποιότητας ζωής. Το ‘παπί’ είναι εκεί. Και ήρθε η ώρα να ειπωθεί η ιστορία του.

Το ταξίδι στο χρόνο μας γυρίζει και λίγο νωρίτερα, όταν ο δαιμόνιος Soichiro Honda είχε έρθει στην Ευρώπη με το δεξί του χέρι, τον Takeo Fujisawa. Αν ο πρώτος ήταν ο Batman της μηχανολογίας, ο δεύτερος ήταν ο Robin που ασχολούνταν με τις πωλήσεις, τα οικονομικά και το μάρκετινγκ. Μαζί αποτελούσαν ένα δίδυμο που όπως αποδείχθηκε είδε πολύ μπροστά από την εποχή του. Έτη φωτός μπροστά.



(AP Photo/K. Mori)

Τότε λοιπόν δεν υπήρχε internet και ο καλύτερος τρόπος να 'κατασκοπεύσεις' τον παγκόσμιο ανταγωνισμό, ήταν με τα ίδια σου τα μάτια. Είδαν λοιπόν από κοντά στη Γερμανία πόσο δημοφιλή ήταν τα μοτοποδήλατα, τι έκανε η γερμανική Kreidler

ή η ιταλική Lambretta. Η έρευνα αγοράς μπόλιασε τις σκέψεις, καταλήγοντας σε συγκεκριμένη στρατηγική. Δεν ήθελαν ένα δίκυκλο για να πουλήσει στη Χώρα του Ανατέλλοντος Ηλίου. Ήθελαν ένα δίκυκλο για να κατακτήσει τον κόσμο. Να πουλήσει τόσο σε χώρες με δρόμους χαλιά και επίδοξους αγοραστές με τσέπες γεμάτες όσο και σε τόπους ξεχασμένους από το Θεό όπου οι κακοτράχαλη δρόμοι θα αποτελούσαν καθημερινή δοκιμασία. Κάτι καινοτόμο μα και πρακτικό, αξιόπιστο μα και ικανό, όμορφο αλλά οικονομικό. Και το σημαντικότερο, εύκολο στη χρήση.

Θέλετε να συμπυκνώσω τα παραπάνω σε λίγια του Fujisawa; Είπε λοιπόν στον Honda:

Αν μπορέσεις να μου σχεδιάσεις ένα μηχανάκι με ισχύ γύρω στα 50cc, με κάλυμμα να κρύβει κινητήρα, κολάρα και καλώδια, εγώ θα μπορέσω να το πουλήσω. Δεν ξέρω πόσα noodle bars υπάρχουν στην Ιαπωνία αλλά στοιχηματίζω πως κάθε ένα από αυτά θα θέλει το μηχανάκι μας για να παραδίδει τις παραγγελίες

Και εγένετο το Super Cub, εγένετο το θρυλικό 'παπί' εγένετο το άτι του νεοέλληνα και η προέκταση του ντελιβερά. Το να πεις πως το πλάνο της Honda ήταν φιλόδοξο, θα είναι ταπεινότητα. Ξεκίνησαν με στόχο να παράγουν 30.000 μοτοσυκλέτες το μήνα, ενώ στην Ιαπωνία η συνολική μηνιαία παραγωγή δεν έφτανε ούτε στο ήμισυ! Στους πρώτους μήνες το όραμα έδειχνε δυσδιάκριτο, το project ήταν τεράστιο, τα προβλήματα αναπόφευκτα. Όμως 'παπί' ήταν, δεν κώλωσε. Και πολύ γρήγορα η ρότα των πωλήσεων γύρισε προς τα πάνω. Με σχεδόν κατακόρυφη πορεία. Το 1959 ιδρύθηκε η American Honda Motor Company για να πουλάει στην άλλη πλευρά του Ατλαντικού, το 1961 δημιουργήθηκε δίκτυο πωλήσεων στη Γερμανία, ακολούθησαν Βέλγιο, Ηνωμένο Βασίλειο, Γαλλία, ο κόσμος όλος.



(AP Photo/Itsuo Inouye)

Τα βασικά συστατικά της επιτυχίας ήταν η αντοχή και η απόδοση του ισχυρού

τετράχρονου κινητήρα 50cc (σε αντίθεση με τους δίχρονους κινητήρες που ήταν η τάση της εποχής), η μοναδική σχεδίαση με χαμηλό πλαίσιο τύπου ραχοκοκαλιάς, ο φυγοκεντρικός συμπλέκτης χωρίς μανέτα και η μεγάλη, προστατευτική ποδιά. Από πλαστικό, αυτή ήταν η κίνηση ματ που έκανε τη διαφορά.

Η σχεδιαστική καθώς υπήρξε ένα ακόμα στοιχείο που συντέλεσε καθοριστικά στην επιτυχία των πωλήσεων στις Ηνωμένες Πολιτείες της Αμερικής.

Οι Γιάνκηδες ακόμα δεν είχαν ξεχάσει το Pearl Harbor, πώς θα αποδέχονταν ένα βομβαρδισμό από μηχανάκια made in Japan;

Χρειάστηκε ένα διαφημιστικός Δούρειος Ίππος που αποτελεί case study ακόμα και σήμερα. Αυτός ήταν η διαφημιστική καμπάνια την οποία ξεκίνησε το 1963, με τη Grey Advertising να πατάει σε μία ιδέα ενός σπουδαστή του UCAL. Ονόμασε την καμπάνια “Γνωρίζεις τους πιο καλούς ανθρώπους πάνω σε μία Honda”, και ουσιαστικά προσέλκυσε νέο κοινό στον δίτροχο κόσμο, αντί να προσπαθήσει να ‘κλέψει’ τους κατόχους μοτοσυκλετών. Έπεισε πως όχι απλά είναι ασφαλής (λέμε τώρα) τρόπος μετακίνησης αλλά και πως οι μοτοσυκλέτες δεν είναι μόνο για ‘bad to the bone’ παιδιά. Μάλιστα έφτασε σε σημείο να δημιουργηθεί και άτυπη κόντρα με τη Harley Davidson στην οποία έμενε η ρετσινιά πως αποτελούσε επιλογή των παρανόμων και των αμφιβόλων προθέσεων αναβατών!

Ενδεικτικό της επιτυχίας της είναι πως αυτή η καμπάνια κράτησε 12 ολόκληρα χρόνια ενώ ήταν τέτοια η απήχηση που είχε, που οι Beach Boys που τότε ήταν ‘πρώτο όνομα στη μαρκίζα’ έγραψαν ένα δημοφιλές τραγούδι με τίτλο ‘Little Honda’. Σήμερα φαντάζει σαν πληρωμένη διαφήμιση αλλά στην τότε, αγνή ακόμα εποχή, ήταν απλά η προσπάθεια των Brian Wilson και Mike Love να κερδίσουν κι αυτοί κάτι από την επιτυχία της Honda.

Από τότε και μέχρι να φτάσουμε στο σημερινό ορόσημο των 100 εκατομμυρίων πωλήσεων, υπήρξαν πολλές βελτιώσεις αλλά η βασική φιλοσοφία του παπιού παρέμεινε ίδια. Πλέον το Super Cub παράγεται σε 16 εργοστάσια, σε 15 χώρες σε όλο τον κόσμο. Πωλείται και οδηγείται σε περισσότερες από 160 αγορές, με την ελληνική να είναι φυσικά μία από αυτές. Και όλοι ξέρουμε πόσο επιτυχημένο είναι και στα μέρη μας.

Αναμφίβολα σημάδεψε τα ‘80s, πρωταγωνίστησε στις βιντεοταινίες, ήταν το επίσημο μέσο μεταφοράς της νεολαίας και όχι μόνο. Γέμιζε το χώρο στάθμευσης έξω από τις ντισκοτέκ και τα πεζοδρόμια έξω από τα ‘ουφάδικα’. Αποτελούσε απαραίτητο ‘αξεσουάρ’ κάθε επαναστάτη χωρίς αιτία, έγινε ακόμα και προεκλογικό σύνθημα που θα θυμούνται οι παλαιοί. “Καλύτερα παπάκι, παρά τον

Μητσοτάκη”, φώναζαν οι ΠΑΣΟΚτζήδες όταν πριν τις εκλογές του 1985 ο πρόεδρος της ΝΔ, Κωνσταντίνος Μητσοτάκης, έταζε μείωση στις τιμές των αυτοκινήτων.

Φανταζόταν άραγε ο Soichiro Honda καταλήγοντας στην ιδέα του Super Cub πως θα επηρέαζε τόσο τις μετακινήσεις στον πλανήτη και μάλιστα για τόσες δεκαετίες; Τι θα έλεγε ο Fujisawa που είχε απλά φανταστεί ένα μηχανάκι που να μπορείς να οδηγείς με το ένα χέρι και να κρατάς με το άλλο την παραγγελία, πως εκτός από τους απανταχού ντελιβεράδες, στο μύθο του ‘παπιού’ θα υποκλίνονταν άπαντες; Από τον Σταμάτη τον Γαρδέλη σε σχεδόν Οσκαρικές ταινίες μέχρι τον Τάκη τον Τσουκαλά σε αμέτρητες πορείες προς την έδρα του αντιπάλου;

Μάλλον όχι. Αλλά το Super Cub κατέκτησε τα πάντα, εντός και εκτός έδρας. Και στην Ιαπωνία αλλά και στον κόσμο ολόκληρο. Σούζα το παπάκι!

Πηγή: oneman.gr