



GIANLUCA RANA
Amministratore delegato Rana.

CARLOS JONES/CONTRASTO

La presenza non basta, si deve produrre

«Il mercato Usa? È destinato a ripartire nel 2011». Ne è convinto Piero Masera, della società di consulenza **Alix Partners**. E le aziende italiane, grandi e piccole, che hanno scelto gli Usa come terreno di conquista saranno in pole position per sfruttare la ripresa. L'identikit delle big è noto: grandi «aziende dell'alimentare, agevolate dal brand del food made in Italy, simbolo di qualità». E infatti sulle orme della **Barilla**, che negli Usa ha due stabilimenti, la **Parmacotto** della famiglia Rosi e l'azienda di Giovanni **Rana** stanno manifestando interesse a produrre nel mercato americano.

Le imprese più piccole, secondo Masera, potrebbero invece sfruttare la spinta «verde dell'amministrazione Obama, purché il loro sia un prodotto innovativo», tale da garantire «volumi d'affari e velocità di penetrazione». Sono queste d'altronde le armi necessarie a un'azienda per entrare nella competitiva piazza americana. Oltre alla necessaria attività di networking. «Noi siamo in America da più di dieci anni» afferma Giulio Bonazzi, amministratore delegato del gruppo trentino **Aquafil**, che produce fibre di nylon destinate ai tessuti per moquette, pavimentazioni di automobili e abbigliamento. «Il nostro primo stabilimento è del 2006, in Georgia, il distretto americano che produce il 90% della moquette per le grandi catene alberghiere. La produzione americana vale circa 50 milioni di dollari, il 20% del nostro fatturato nel ramo moquette». E ora che la ripresa è all'orizzonte? «In America assumeremo 25 persone, investendo circa 6 milioni di euro».

► tori verdi non impatteranno ancora, almeno nei prossimi tre anni.

Gli altri due segmenti hanno già iniziato la trasformazione delle auto a GPL o metano?

Il processo è in corso. Al momento solo At&t, una delle più grandi compagnie Usa con una flotta di 80 mila auto, ha investito 500 milioni di dollari per trasformare 8 mila dei suoi veicoli a metano e altrettanti ad alimentazione ibrida. Obiettivo: ridurre i costi di alimentazione della flotta del 40%. Verizon, altra grande multinazionale che ha una flotta di quasi 6 mila vetture, ha un progetto simile.

Voi siete riusciti a prendere parte del budget di At&t e Verizon?

No, attualmente i partner sono americani.

Cosa significa?

In Usa trasformare le auto da benzina o diesel in metano o ibride non basta. Bisogna anche costruire una rete distributiva su tutto il territorio, visto che oggi le stazioni in grado di rifornire i clienti con auto verdi sono decisamente poche: 769, la maggior parte delle quali concentrate in California (198) e nello Stato di New York (94).

Quindi che intendete fare?

Cogliere l'opportunità offerta dalle altre grandi aziende americane che lentamente si convertiranno al metano.

Vi metterete a fare stazioni di servizio?

Ci stiamo muovendo per creare tutta l'infrastruttura necessaria per offrire un servizio completo, come stanno già facendo altri operatori negli Usa, con un focus particolare su certificazione dei sistemi, definizione di una rete vendita e installazione di impianti

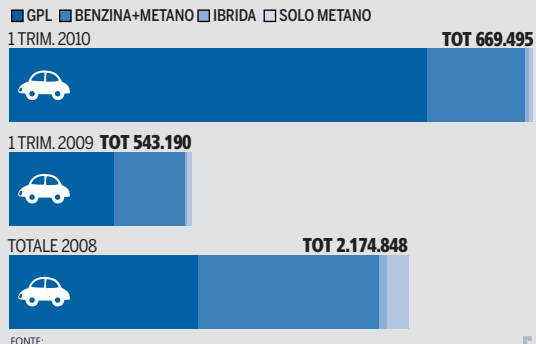
a metano su veicoli nuovi, che può essere fatta o attraverso la creazione di centri di installazione americani in zone dove c'è maggiore concentrazione di flotte oppure in collaborazione con le case madri.

Quando pensate di avviare la vostra attività produttiva negli Usa?

Nei prossimi tre anni, visto che l'impatto che il metano potrebbe avere sulle flotte pubbliche è legato fortemente al Natural gas act, programma che è stato

In Italia un'auto su tre è «verde»

Le immatricolazioni di auto nei primi tre mesi del 2010 sul mercato italiano. Le auto «verdi», cioè non alimentate in modo tradizionale (benzina o diesel), sono state oltre 200 mila, il 31% del totale. Fonte: Unrae



Fonte: Unrae