

**Impianti.** Tra i clienti Geico i grandi gruppi dell'auto

## La scommessa vinta dell'innovazione

CINISELLO BALSAMO (MILANO)

■ La storia di Geico è esemplare di come sia possibile diventare un leader mondiale nel settore di riferimento anche partendo dalle piccole dimensioni di un'azienda familiare, quella fondata a Cinisello Balsamo, alle porte di Milano, da Giuseppe Neri e Giancarlo Mandelli nel 1963.

Il segreto è non stare mai fermi: investire sempre in innovazione, rilanciando anche quando la situazione diventa difficile, e cercare in tutto il mondo partner con cui integrare competenze o struttura. Non lo dice, ma è quello che ha fatto negli ultimi vent'anni Ali Reza Arabnia, iraniano d'origine ma lombardo di passaporto e cuore, dopo aver sposato nel 1980 la figlia di uno dei fondatori.

«Erano gli anni 90 e tutto stava cambiando nel mondo dell'auto», spiega Arabnia, oggi chairman e ceo dell'azienda che nel 2011 si è fusa (cedendo il 51% delle quote) con la giapponese Taikisha, entrando così in un gruppo multinazionale che fattura circa 1,8 miliardi di euro in 52 location del mondo.

Prima l'accordo con Fiat, poi lo spinoff, nel 2005, la acquisizione della società da parte della famiglia. Una mossa all'inizio guardata con preoccupazione dai clienti di Geico, da sempre i più grandi gruppi automobilistici del mondo. «A quel punto ho cominciato a cercare alleanze sui mercati più dinamici - racconta Arabnia - creando partnership con aziende locali e indipendenti, specializzate come noi nella verniciatura, ma per settori differenti e, a differenza di noi, nella manutenzione anziché nella realizzazione di nuovi

impianti, in modo che non ci fosse competizione».

L'esperimento ha funzionato bene per alcuni anni, durante i quali l'azienda di Cinisello è cresciuta molto. Ma restava da conquistare il mercato dei grandi impianti di verniciatura, che difficilmente le grandi case automobilistiche volevano affidare a un'azienda all'avanguardia, ma di dimensioni ridotte (60 milioni di fatturato). Inoltre erano gli an-

### 1,8 miliardi

#### L'alleanza

Fatturato 2014 del gruppo italo-giapponese Geico-Taikisha

ni della crisi. La scelta era netta: lasciare o raddoppiare. E Geico ha raddoppiato, con investimenti in tecnologia che ne hanno fatto un gioiellino appetibile per il colosso giapponese. Da lì l'alleanza siglata nel 2011, che vede le due società perfettamente complementari, con Taikisha più forte sul mercato nippono-coreano e Geico in Europa, America, Africa e Medio Oriente. Geico ha inoltre mantenuto il controllo su tutto quanto accade fuori da Giappone e Corea. E mentre il fatturato del gruppo viaggia verso 1,9 miliardi di fatturato, con commesse enormi nei cinque continenti, l'headquarter di Geico, il management e la ricerca, restano salde a Cinisello Balsamo, in un'azienda modello costata 11 milioni di investimento.

**Gi.M.**

© RIPRODUZIONE RISERVATA