

Indotto auto. Il caso Geico

## Se Cinisello diventa la porta dell'hi-tech

di **Luca Orlando**

In sottofondo c'è Mozart. Lo si ascolta passeggiando tra una fontana di design, vasche di pesci rossi, alberi sistemati in vaso attorno a panchine in legno che si snodano tra una palestra e la cucina a vista, affiancata a tavoli da pranzo con tovaglie di un bianco immacolato. «No, questo spazio i giapponesi non lo hanno ancora visto - ci dice sorridendo Ali Reza Arabnia - ma tenga conto che qui i soldi li ho messi io». Difficile però che i soci di Taikisha abbiano qualcosa da ridire.

Il salone "rigenerativo" di Geico, 2mila metri quadri a cui si accede da una porta rossa battezzata "road to Paradis" (paradiso in persiano), è solo una parte, per quanto cospicua, dell'investimento globale del gruppo, ai vertici del mercato mondiale negli impianti automatici di verniciatura per auto, arrivato a nuovi record di ricavi proprio nel pieno della crisi europea delle quattro ruote. La nuova sede da 11 milioni costruita in otto mesi a Cinisello Balsamo, alle porte di Milano, si è resa necessaria dall'ampliamento del business, che ha portato l'azienda ad aumentare i ricavi del 54% a 97 milioni lo scorso anno, con previsioni di un altro balzo di 34 punti nel 2013. Storia unica quella di Geico, fondata nel 1963, entrata e uscita dall'orbita di Fiat, rilanciata dalla famiglia Neri e ora partner del colosso giapponese Taikisha, forte di 1,8 miliardi di dollari di ricavi, per la maggior parte negli impianti di verniciatura. A guidarla è Ali Reza Arabnia, iraniano trapiantato in Italia, che dell'azienda è chairman, ceo ma anche "architetto", guardando qualche stile orientaleggiante degli arredi. «Ai miei dipendenti chiedo molto e voglio che si sentano a casa», ci racconta Arabnia mostrandoci il campus interno, giardini e spazi verdi.

Aprendo una porta a specchi e lasciandosi alle spalle la zona

"relax", si capisce però perché i giapponesi hanno rilevato il 51% della società investendo in parte nella nuova sede. Il paradiso innovation center, nuovo di zecca, è un trionfo di tecnologia, dove ogni fase di pulitura, verniciatura e finitura è gestita da una macchina ad hoc, con le scocche di test delle auto maneggiate da macchinari lunghi dieci metri, presentati anche ai clienti su maxi-schermo in una sala buia, dove si ha la sensazione di passeggiare direttamente nell'impianto e occorre chiedere tre volte prima di convincersi di aver davanti non un filmato reale bensì un programma in 3D.

I clienti apprezzano e comprano, con l'ultimo "botto" in Russia, 70 milioni di commessa per un impianto Avtovaz-Renault-Nissan a Togliattigrad. E

### IN CONTROTENDENZA

Investiti 11 milioni sul nuovo innovation center Boom estero per gli impianti di verniciatura: commessa da 70 milioni in Russia

poi Fiat in Brasile, Chery in Cina, un paio di altre trattative in corso, commesse che garantiscono lavoro per i prossimi 18 mesi e spingono il personale italiano a quota 130 unità, 170 nel mondo. «Ma io non punto a un miliardo di ricavi - chiarisce l'ad - voglio piuttosto che la gente sia contenta di lavorare qui». Facce scure in effetti non se ne vedono, sarà anche per il ricordo dei sacrifici in busta paga legati alla Cig del 2009, restituiti dall'azienda con gli interessi alla ripresa del mercato. Se il target non è dimensionale, c'è però il "sogno" tecnologico, un impianto a bassi consumi interamente coperti da energie rinnovabili. «Ci stiamo avvicinando - conclude Arabnia - io sono persiano e dopo di me vorrei lasciare qualcosa di duraturo».