

Alberto Zamperla, giostraio del Nuovo Mondo: da Altavilla Vicentina a Disneyland e Coney Island, siamo una società hi tech. Con 40 ingegneri e il software di Bmw e Boeing faccio divertire grandi e piccini. Anche in Corea del Nord

FACCIO STUDIARE ALL'UNIVERSITÀ LE CURVE DELLE MONTAGNE RUSSE

di **Maria Teresa Cometto**

«**Q**ui in America il giostraio numero uno è Disney. E noi, grazie al nostro mix di creatività e alta tecnologia, siamo il fornitore numero uno di giostre per Disney». Alberto Zamperla, 67 anni, titolare dell'azienda omonima di Altavilla Vicentina, racconta a «L'Economia» come ha fatto a conquistare la fiducia di Topolino e quali sono i nuovi progetti — spicca un laboratorio sull'innovazione — camminando sul boardwalk, la passeggiata di legno di Coney Island a Brooklyn. Il Luna park era caduto nel degrado ma dal 2010 è stato rifatto completamente da Zamperla, che ora gestisce anche negozi, bar e ristoranti sul boardwalk.

«All'inizio siamo stati osteggiati da gruppi di attivisti: temevano che avremmo snaturato questo parco di divertimenti — ricorda

Zamperla —. Invece alla fine il «New York Times» si è complimentato con un articolo intitolato "Coney Island rinnovata ma riconoscibile". Adesso il Luna park newyorkese — insieme alle giostre Victoria Gardens in Central Park, sempre parte del gruppo Zamperla — nella piena stagione impiega 850 persone con un fatturato di 28 milioni di dollari, che si aggiunge ai 74 milioni di euro di ricavi nel resto del mondo. «Esportiamo il 95% di quello che produciamo», sottolinea Zamperla. Oltre che nei parchi di Disney le sue attrazioni sono in quelli di Paramount e Universal studios, a Gardaland e persino in Corea del Nord, dove sono arrivate prima che le sanzioni lo vietassero. «Volo 300 mila miglia l'anno — aggiunge Zamperla —, perché se voglio un certo fatturato devo seguire continuamente i mercati. E in ogni Paese ho un interprete culturale, una persona locale che mi aiuta a capire quanto sono diverse le abitudini di quel posto».

«L'America era il sogno di mio padre Antonio — ricorda Zamperla —. Lui aveva fondato l'azienda nel 1963. Io ci sono entrato poco più che ventenne. Studiavo economia aziendale a Ca' Foscari, ma non mi sono laureato. Mi piaceva molto di più lavorare con le mani. Mi divertivo a preparare le auto per i rally e mio padre un giorno mi ha detto: "se ami costruire cose, perché non ti interessi alla nostra impresa?" Poi, quando avevo 24 anni mi ha mandato in America per aprirci la nostra prima attività all'estero». Dopo un tentativo a Montreal, in Canada — «credevo che quel Paese fosse più promettente, ma dopo la vittoria dei separatisti francofoni ho capito che erano meglio gli Usa» — Zamperla nel '79 si è stabilito nel New Jersey. «Ero terrorizzato dalla prospettiva di finire i soldi che mi aveva affidato mio padre, senza essere riuscito a concludere

nemmeno un affare in America. Avevo creduto di trovare le porte aperte per i nostri prodotti innovativi e invece tutti gli americani mi chiedevano referenze. Finalmente un giostraio ha accettato di prendere a noleggio una nostra attrazione con gli aeroplanini per bambini: il successo è stato tale che l'ha comprata, facendo

pubblicare foto e notizia sui giornali di settore. È stata la svolta che ci ha fatto conoscere e iniziare a crescere negli Usa». Il padre Antonio (morto nel 1994) figura nell'Albo d'onore della Iaap, l'associazione internazionale degli operatori dei parchi di divertimento, a fianco di Walt Disney e George Ferris, inventore della ruota panoramica. «Disney è il nostro maggior partner. Loro sono una società innanzitutto di artisti, più che di ingegneri. Ci hanno appena commissionato una nuova giostra con cavallini per il loro parco a Shanghai, complicatissima. Si fidano della nostra capacità di risolvere i problemi meccanici e insieme fare grande attenzione alla parte estetica».

Quattro sono le caratteristiche che, dice Zamperla, garantiscono un vantaggio competitivo: «Controlliamo tutte le fasi produttive, dalla

cura dei colori, fatta dal nostro reparto artistico, a quella della sicurezza, fatta dal reparto stress analysis, passando per tutti gli altri reparti, dalla carpenteria alla pneumatica. Poi siamo presenti in tutto il mondo, con uffici regionali in Cina, Medio Oriente e Russia, oltre che negli Usa. Siamo anche gli unici con una gamma di prodotti completa, dalle piccole giostre alle attrazioni speciali. Infine essere un'impresa familiare ci permette di reagire molto velocemente ai cambiamenti del mercato».

Fondi di private equity volevano comprare Zamperla e banche d'affari hanno proposto la Borsa. «Ma noi restiamo un'impresa familiare: mi diverto troppo a lavorare». Con lui in azienda ci sono due figli: Alessandro, 25 anni, presidente di Cai, Central amusement international, che gestisce i Victorian gardens e Coney Island; e Antonio, 38 anni, che segue dei corsi sull'innovazione a Berkeley, all'University of California. «Antonio sta sviluppando una app per rendere interattive alcune giostre di Coney Island — continua Zamperla —. È impegnato anche nel progetto di creare un laboratorio sull'innovazione a Ca' Foscari, dove ingegneri, filosofi, psicologi e altri studiosi possano lavorare insieme». Il gruppo collabora con altre università: con la Fondazione Marco Biagi a Modena sta mettendo a punto una proposta di legge per defiscalizzare gli stipendi dei ricercatori ed evitare fughe di cervelli; con l'Università di Padova elabora nuovi algoritmi per rendere più strette le curve delle montagne russe.

«Siamo un'impresa high-tech — sottolinea Zamperla —. A Vicenza su 200 dipendenti circa 40 sono ingegneri di tutti i tipi, dai civili ai nucleari. Usiamo lo stesso software impiegato da Boeing per gli aerei e da Bmw per le automobili. A noi serve per far divertire e rilassare la gente, il mestiere più bello al mondo».

@mtcometto

© RIPRODUZIONE RISERVATA



L'inaugurazione Da sinistra, Michael Bloomberg e Alberto Zamperla alla cerimonia per il nuovo Luna Park a Coney Island nel 2010

Né Borsa né private equity Restiamo un'impresa familiare: mi diverto troppo a lavorare

All'estero il 95% del fatturato. In ogni Paese qualcuno mi aiuta a capire le abitudini locali

