# Auto senza pilota, accordo Adler a Tel Aviv

INNOVAZIONE

Israele fornirà all'azienda supporto per individuare innovazioni tecnologiche

Scudieri: questa operazione rappresenta una pietra miliare per l'azienda

**Laura Cavestri**
*Dal nostro inviato*
TEL AVIV

Un club esclusivo, in cui, per la prima volta, trova posto un imprenditore manifatturiero italiano. In una platea di amministratori delegati.

Firmato ieri pomeriggio a Tel Aviv, nella sede della Israel Innovation Authority, l'accordo tra il Governo italiano e Adler Plastic (la holding di controllo del gruppo Adler Pelzer, la multinazionale dell'automotive, con sede a Ottaviano, nell'hinterland napoletano: 1,4 miliardi di fatturato e 11mila addetti su 80 siti produttivi nel mondo), guidata da Paolo Scudieri.

L'accordo - sottoscritto da Amiram Appelbaum per l'Autorità israeliana per l'Innovazione tecnologica, braccio operativo del Governo israeliano sul fronte delle intese con le multinazionali e da Paolo Scudieri per Adler Plastic - prevede che lo Stato d'Israele fornisca all'azienda italiana un sostegno per l'individuazione di innovazioni tecnologiche interessanti. Se Adler Group troverà innovazioni di suo interesse, la Israel Innovation Authority finanzierà le startup locali che le offrono e la multinazionale napoletana darà il suo contributo attraverso il supporto dei suoi centri di R&D. Non solo. In aggiunta all'accordo di base con Tel Aviv, Adler Group ha proposto (ed è stato accettato) il rifinanziamento e lo sviluppo del progetto Borgo 4.0, cioè l'ambizioso progetto per costruire un'area dell'alto Irpinia per sperimentazione su strada dell'auto senza pilota.

Per radicare la propria attività di scouting in Israele, Adler Group ha già aperto un Osservatorio tecnologico in partnership con la Inlight a Tel Aviv, fondato da Roberta Anati, presso la Azrieli Sarona Tower. Obiettivo, coprire lo scouting e l'integrazione delle innovazioni del settore sia israeliane che italiane. Adler sarà, per ora, l'unica azienda manifatturiera privata italiana a beneficiare di questa "piattaforma" per il trasferimento tecnologico, assieme a multinazionali del calibro di Microsoft, Intel, Audi, Unilever, IBM, Philips, Renault, P&G.

«Questo accordo rappresenta una pietra miliare nella storia di Adler - ha affermato Scudieri, visibilmente emozionato - perché Israele è uno di Paesi più tecnologici al mondo e maggiormente in grado di fornire soluzioni nei campi più appetibili per il nostro settore, l'automotive, e per la manifattura in generale: connettività, cybersecurity, ricerca avanzata sui materiali. L'accordo consentirà alla nostra ricerca e sviluppo di crescere a livelli sinora inattesi. E darà una spinta decisiva al progetto di ricerca sulla mobilità intelligente di Borgo 4.0, perché diventi un punto di riferimento internazionale».

In un mondo globale, in cui per accedere a piattaforme di sviluppo, finanziamenti e opportunità occorre anche avere l'ambizione di una crescita dimensionale, le imprese italiane non devono temere di diventare multinazionali, devono volere una forte verticalizzazione e credere nelle loro specializzazioni, che poi sono valorizzate nelle catene internazionali del valore» ha sottolineato Maurizio Tamagnini, amministratore delegato di Fondo Strategico Italiano, che ha recentemente acquisito una quota di minoranza di Adler Group, con un investimento modulare che arriverà complessivamente a 200 milioni di euro.

L'hi-tech in Israele è un settore che, pur impiegando appena l'8% della forza lavoro, da solo genera il 13% del Pil nazionale e il 50% delle esportazioni. Un ecosistema che nel solo 2016 ha saputo attrarre 5 miliardi di dollari nel solo 2016), e, negli anni, ha accolto oltre 300 multinazionali hi-tech venute da ogni parte del mondo per aprire centri di ricerca e sviluppo in Israele.

Un ecosistema in cui dialogano e investono privati, venture capitals, università e il governo Israeliano. Con un afflusso sempre più consistente di investimenti dalla Cina. Anche perché se ogni anno nascono circa 1.400 start up, oltre la metà sono quelle che falliscono. E il governo israeliano interviene proprio perché quello delle start up è un business ad alto rischio e perché il fallimento di un'esperienza non abbia un impatto negativo sul sistema; ad esempio consentendo ai dipendenti di una società fallita di potersi facilmente ricollocare in un'altra con le proprie competenze acquisite o di essere assorbiti da una multinazionale.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**Guida.** Paolo Scudieri ad di Adler; a destra, il design della rivisitazione dell'Alfa Romeo 4C: è stato curato da una società del Gruppo Adler

**13%**
**Pil di Israele**
L'hi-tech da solo genera il 13% del Pil nazionale e il 50% delle esportazioni

IN BREVE

INTERNAZIONALIZZAZIONE

### Fiera Milano lancia E-Pack Tech in Cina

Dopo le recenti acquisizioni di due manifestazioni fieristiche in Cina e una in Brasile, Fiera Milano procede nella strategia di internazionalizzazione delle attività con la creazione di E-Pack Tech, la nuova manifestazione dedicata alle tecnologie e ai materiali di imballaggio per l'e-commerce, in partnership con Ipack Ima. L'evento si svolgerà a Shanghai nell'ottobre 2019 all'interno di Cemat Asia, manifestazione dedicata a movimentazione, automazione tecnologica, sistemi di trasporto e logistica.

SARDEGNA

### Nuovi incontri per Eurallumina

Eurallumina (Rusal), a piccoli passi per rilanciare la filiera dell'alluminio. Per il 18 novembre è previsto un incontro alla Regione e il 22 vertice a Roma, ministero del Lavoro, sulla cassa integrazione per ristrutturazione aziendale. Mentre va avanti la procedura per garantire gli ammortizzatori sociali prosegue il percorso per il riavvio della raffineria di bauxite che potrebbe riprendere la marcia nel 2019. Dopo l'assemblea pubblica con la presentazione dei progetti e la svolta green, servono ora le ultime autorizzazioni. La fabbrica è ferma dal marzo 2009 e la procedura per il riavvio con investimenti per circa 160 milioni in corso da oltre 1.500 giorni.

ACCIAIO

### Vertice a Roma su Piombino

È arrivata ieri ai sindacati la convocazione al ministero del Lavoro per discutere l'istanza di attivazione della cassa integrazione per aree di crisi complesse, che riguarda in particolare la situazione dello stabilimento Aferpi di Piombino (Livorno), e che è stata fissata per il 16 novembre. Ad annunciarlo le segreterie Fim, Fiom, Uilm e Uglm di Piombino in una nota congiunta.

## Carta, Carrara studia acquisizioni

TOSCANA

Massimo Carrara: «Vogliamo essere leader sul mercato nazionale»

**Silvia Pieraccini**

Il gruppo lucchese CartiereCarrara lancia un nuovo marchio, "Tuscany", in un mercato affollato e altamente competitivo come quello del tissue (carta igienica, asciugatutto, tovaglioli e fazzoletti di carta) e scommette sulla crescita, in particolare in Italia.

"Tuscany" è legato al territorio in cui dal 1873 la famiglia Carrara opera, e destinato al segmento consumer che oggi vale il 35-40% del business del gruppo (il core è il segmento professionale). Alle spalle il nuovo marchio ha 100 milioni di investimenti in ricerca e sviluppo, macchinari e stabilimenti (gli ultimi due aperti nei mesi scorsi lungo l'autostrada A11 all'altezza di Capannori, che occupano 50mila metri quadrati) realizzati negli ultimi tre anni, che hanno portato la capacità produttiva da 160mila a 240mila tonnellate all'anno. La distribuzione del marchio "Tuscany", partita pochi mesi fa, è accompagnata da investimenti in comunicazione per più di due milioni all'anno.

Il 2018 si chiuderà con 600 dipendenti in nove stabilimenti e 285 milioni di fatturato, in crescita del 14% sul 2017 (quando l'ebitda fu del 10%), per metà realizzato all'estero in 50 Paesi. Ma la strategia di Massimo Carrara, 59 anni, neo cavaliere del lavoro (ieri ha ricevuto l'onorificenza dal presidente della Repubblica), ora guarda soprattutto all'Italia: «Vogliamo diventare uno dei player principali sul mercato nazionale - spiega l'imprenditore - finora producevamo per marche private e avevamo brand nel segmento professionale, su cui continueremo a investire, ma ora guardiamo al segmento consumer con un marchio nostro, ed è solo il primo passo». Carrara, ha un obiettivo chiaro: «Vogliamo fare acquisizioni in Italia: non ho ancora un'azienda target ma sono convinto della necessità di mettere insieme più realtà per competere».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## Valvole, la postvendita chiave per crescere

OIL&GAS

I committenti chiedono più assistenza e presenza sui mercati emergenti

**Matteo Meneghello**
BERGAMO

Le multinazionali dell'oil and gas sono esigenti: chiedono assistenza pre e post vendita, presenza locale, preferiscono avere un interlocutore unico per tutta la gamma e, soprattutto, esigono prezzi competitivi. È questo l'indirizzo che le imprese italiane delle valvole devono seguire se vogliono crescere e restare in corsa in un mercato ricco di potenzialità e in espansione, ma ipercompetitivo e soprattuto dominato da grandi player internazionalizzati. L'identikit è stato tracciato da ValveCampus, società di formazione partner di Ivs, la rassegna che ogni due anni mette in mostra a Bergamo il meglio della filiera italiana delle valvole. Il think-tank ha riunito ieri al Kilometro Rosso un centinaio di manager della filiera per discutere il futuro del comparto. «Il prodotto c'è - spiega il segretario, Francesco Apuzzo -, e anche il mercato, come conferma una recente ricerca di Prometeia commissionata da Ivs, può offrire opportunità. Il nodo è capire come sfruttarle, e per questo abbiamo realizzato una survey coinvolgendo 150 aziende committenti dell'oil&gas e dell'engineering in tutto il mondo. Abbiamo cercato di indagare sui fattori critici del comparto, analizzandolo dal punto di vista dei clienti».

Secondo l'analisi l'Italia è collocata dai committenti in seconda fascia, dopo Usa e Germania. I plus sono rappresentanti dal design e dell'affidabilità meccanica, ma c'è ancora da fare su consegne e assistenza post vendita. «Si tratta di aspetti strettamente legati al fattore dimensionale - spiega Apuzzo -, che ci penalizza rispetto a player da un miliardo di fatturato. È questo lo scenario di cui dobbiamo tenere conto». Tra i mercati più promettenti, come già aveva sottolineato lo studio di Prometeia, quelli del Medio Oriente e dell'Africa.

© RIPRODUZIONE RISERVATA