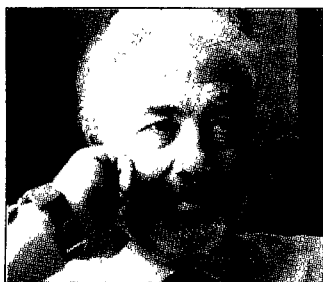


Arena: "Anche i locali sono un business"

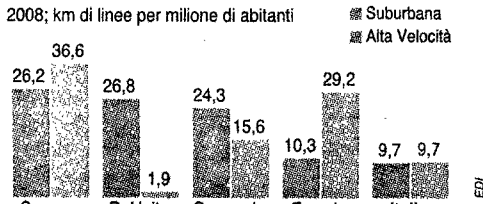
Le strategie di Giuseppe Arena: dalle merci ai passeggeri. Vuole realizzare collegamenti veloci e di qualità per il target dei pendolari. Il mese prossimo lancia l'anello Milano-Torino con fermate a Vercelli e Alessandria



GIUSEPPE ARENA
Amm. del.
e fondatore
di Arenaways

Infrastrutture ferroviarie

2008; km di linee per milione di abitanti



Fonte: Bombardier-Axtertia; elab. su dati Legambiente, Rapp Pendolaria 2008

Roma
«**A**pprofitto delle vacanze per capire come funzionano i trasporti negli altri paesi e anche il postale ha il suo fascino»: Giuseppe Arena, amministratore delegato di Arenaways - la compagnia ferroviaria privata con sede ad Alessandria che il prossimo mese presenterà la nuova linea Torino-Milano - risponde al cellulare e scrive mail al computer a bordo di una nave che consegna la posta tra i fiordi norvegesi, un tipo di viaggio di gran moda nel nord Europa. Sempre curioso, con lo sguardo puntato in avanti, Arena, oggi 58 anni, ne aveva 40 quando si è licenziato dalle Ferrovie dello Stato per mettersi in proprio, diventando uno dei pionieri della liberalizzazione del trasporto su rotaia. «Ho ottenuto la prima licenza di impresa ferroviaria privata, il 20 luglio 2000, con la mia azienda Rail Italy, per il trasporto merci», racconta. Rail Italy è cresciuta e diventata successivamente Sbb Cargo Italia con sede a Gallarate; successivamente Arena ha fondato le Strade Ferrate del Mediterraneo, poi venduta alla Deutsche Bahn, le ferrovie pubbliche tedesche, e ribattezzata Railion\|Db Schenker Italia, della quale è stato Amministratore Delegato fino al 2008.

Tre anni fa Arena si è lanciato nella nuova avventura, quella del trasporto passeggeri, dando vita ad Arenaways, che tra richiesta di licenze, autorizzazioni di sicurezza e formazione del personale è ora finalmente pronta al primo viaggio della Torino-Milano, un collegamento ad anello con fermate intermedie ad Alessandria e Vercelli. «La qualità dell'alta velocità per le stazioni che ne sono escluse», recita il sito Internet sul quale si possono acquistare i biglietti. Il biglietto, a circa 14,50 euro, si potrà comprare anche via

cellulare e a bordo, senza alcun supplemento. Ma la catena di distribuzione più capillare sarà costituita molto probabilmente dalle edicole.

Così, mentre Della Valle, Montezemolo e Sciarrone mirano con la loro Ntv a fare la concorrenza a

Trenitalia sull'alta velocità, la piccola Arenaways punta a rompere il monopolio nel trasporto regionale e della media-lunga percorrenza, con treni ergonomici, nuovi e hi-tech: «Chi l'ha detto che le tratte minori non sono redditizie, noi siamo partiti tre anni fa, quando non si parlava di gare, per operare senza contributi e la scelta iniziale è caduta sulla Torino-Milano perché su questa tratta ci sono le condizioni economiche per permetterci di produrre utili». Una mossa indovinata. I pendolari sono in rivolta in tutta Italia e il Piemonte ha raccolto la protesta, facendo partire le gare aperte ai privati, una decisione della governatrice della Regione, Mercedes Besso, che promette di rivoluzionare la mappa del traffico passeggeri.

Arenaways, ancora una volta, si ritrova in prima fila. A supportare la scelta di Arena i soci di sempre: Pier Vincenzo Pellegrino, commercialista e immobiliare, i fratelli Andrea e Giovanni Francone, costruttori e distribuzione all'ingrosso e infine la famiglia Valetto, della Comital, gruppo che ha in portafoglio Cuki e Domopack. Ma i rumor dicono che, oltre a un fondo di private equity, è in arrivo un alleato d'oltreconfine, un gruppo forte del settore interessato a operare in Italia con un partner locale. Un'alleanza destinata a rinsaldare la fama internazionale del piccolo gruppo, che con un capitale sociale di 600 mila euro e 25 dipendenti tutti formati in casa è

già stato socio delle ferrovie tedesche, con le quali continua una collaborazione operativa che nel settore merci dà vita a 116 posti di lavoro. In vista c'è un'altra grande novità: dal primo aprile sarà infatti Arenaways, e non più Trenitalia, a movimentare in Italia il traffico ferroviario dell'Autozug, la linea con auto a bordo Amburgo-Alessandria della Deutsche Bahn. Una linea attiva da aprile a ottobre, con una filosofia di viaggio simile alle crociere, o al mitico Orient Express, con la carrozza ristorante aperta tutta la notte, cabine con doccia. Il risultato: un coefficiente di riempimento del 95% e oltre 30 mila turisti arrivati ad Alessandria dal Nord Europa. Ancora una volta c'è lo zampino di Arena.

«E' stata una mia idea - racconta - avevo i vagoni merci fermi dal venerdì al lunedì, allora mi sono chiesto come utilizzarli, come metterli a profitto, così ho proposto l'innovazione alle ferrovie tedesche che hanno subito sposato l'iniziativa, partita oltre due anni fa». Con il nuovo accordo la collaborazione si fa più stretta. E il business promette di allargarsi: in arrivo ci sono infatti gli olandesi di Autoslaap che a giugno dovrebbero aumentare i collegamenti su Alessandria. Alessandria porta d'Italia? E perché no. Michael O'Leary, il re delle compagnie low cost, ha dimostrato che anche la più dimenticata provincia d'Europa può diventare una capitale del turismo di massa. Adesso tocca ai treni lanciare la sfida dei nuovi collegamenti. Magari rilanciando stazioni trascurate dal grande traffico.

(p.jad.)

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Ci sono molte tratte minori che possono diventare redditizie se gestite in un modo diverso

