

La giostra degli aeroplani, l'autoscontro, le prove di forza come il toro da prendere per le corna, ma soprattutto le grandi installazioni a Eurodisney, Coney Island e altri parchi divertimenti. Sempre una la firma: **Zamperla**. Azienda veneta esemplare per **ideazione+innovazione**

Zornitza Kratchmarova

«**L**A MENTE È COME IL PARACADUTE: funziona solo se si apre». **Alberto Zamperla**, presidente dell'omonima azienda di famiglia, cita Albert Einstein per spiegare il successo della sua impresa che ha archiviato il 2018 con un giro d'affari superiore ai 100 milioni e una quota export pari al 98% fabbricando giostre. E che giostre! Solo per fare un paio di esempi: la stragrande maggioranza delle attrazioni di Eurodisney è firmata **Zamperla**; si deve proprio alla società di Altavilla Vicentina la riapertura del luna park per antonomasia, quello di Coney Island, alle porte di New York. A tagliare il nastro furono **Zamperla** e l'allora sindaco della Grande Mela, Michael Bloomberg. «Fu Bloomberg a sceglierci», racconta a *Capital* il numero uno dell'azienda, che ha il vezzo di definirsi giostraio, al pari di quanto facevano il padre Antonio e il nonno Umberto. E ricorda: «Ci affidò il progetto chiavi in mano, compresa la gestione del parco».

Perché **Zamperla** è sinonimo di eccellenza nel campo dei parchi divertimento. E persino mostri sacri come la Walt Disney Imageering, ossia la divisione ricerca e sviluppo del colosso americano, con all'interno ben 5mila ingegneri, è solita rivolgersi all'azienda veneta e ai suoi 40 ingegneri «costruttori di emozioni forti» (così recita lo slogan della società) per consulenze tra le più svariate. «Dicono che sappiamo risolvere i problemi», precisa **Zamperla**.



Quei pionieri delle macchine volanti

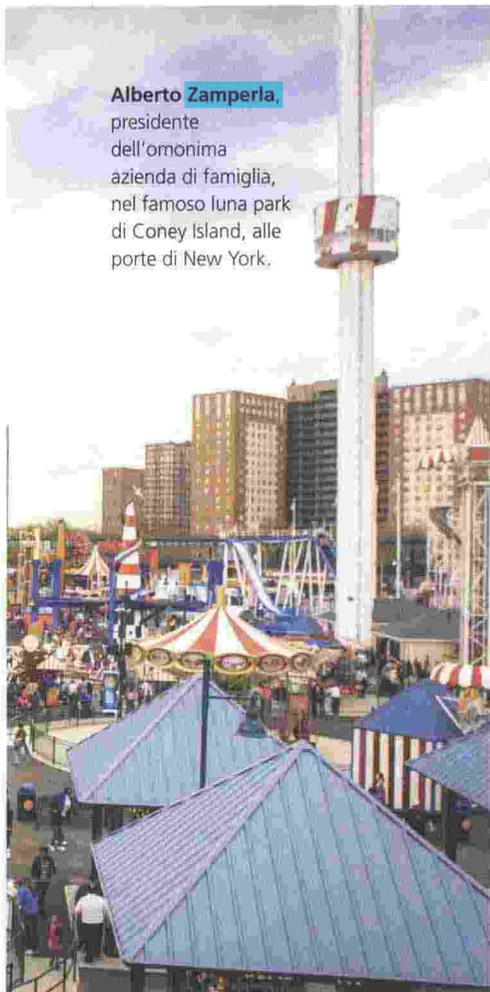
«E in effetti lo facciamo ogni giorno». Tenendo la mente aperta, appunto. Vale per il top management, ma non solo. «Chiunque fra i nostri dipendenti ha a disposizione fino a 5mila euro per apportare migliorie nel proprio campo senza chiedere permessi ulteriori. Sono soldi sempre stanziati», precisa **Zamperla**, che crede fermamente nell'innovazione continua quale motore propulsore per la crescita. «Con l'aiuto di Hans Lercher, professore austriaco di business innovation e titolare della società di consulenza Big, abbiamo messo a segno il progetto Big Picture volto

a tracciare il futuro dell'azienda. Fra le azioni intraprese c'è la creazione di un vero e proprio think tank interno, chiamato ZLab, per intercettare il futuro che verrà attraverso la contaminazione di competenze, processi, sistemi di gestione, metriche, soluzioni It e così via. E per farlo stiamo arruolando anche talenti extra settore, come filosofi e psicologi».

Ricerca continua su prospettive e tecnologie per il divertimento. E naturalmente prove sul campo, anzitutto nel luna park di Coney Island. «Ogni nuova giostra che esce dalle nostre fabbri-

Made in Italy

Alberto Zamperla, presidente dell'omonima azienda di famiglia, nel famoso luna park di Coney Island, alle porte di New York.



che viene sottoposta al collaudo e poi installata in quel luna park», racconta Zamperla. «Io prendo l'aereo, come faccio in media 100 volte all'anno, e vado lì a osservare. Guardo le facce di chi scende dalla nuova giostra e capisco subito se il nuovo prodotto avrà successo oppure no». Facce contente, fatturato assicurato.

Perché intuire i desideri di chi si vuole divertire è il vero mestiere della famiglia Zamperla. Sin dai tempi in cui il capostipite Umberto, nato nel 1888 in una famiglia circense, acquistò a Parigi uno dei primi proiettori per il cinema, un Pathé Frères, e costruì un cinema viaggiante. «Lo montava e lo smontava nelle sagre e nelle fiere», racconta oggi il nipote Alberto. «Un solo film per mesi o addirittura anni...». Ma fu suo figlio Antonio, nato nel 1923, a

costruire le prime giostre negli anni Sessanta, quelli del boom economico. Si devono a lui vere e proprie pietre miliari del divertimento mondiale. Per esempio, l'autoscontro per i più piccoli, la giostra degli aeroplani o, ancora, i giochi prova forza come il pugno, il toro da prendere per le corna e altri aggeggi che lui stesso ideava. «I più funzionavano a gettone, senza addetto, e presto furono in molti a richiederli, anche all'estero». Una rivoluzione. Non a caso Zamperla è tuttora l'unico italiano presente nella Iaapa, ossia la Hall of fame dell'industria del divertimento, al fianco di Walt Disney, George Ferris e Walter Knott.

L'azienda di Zamperla ha due linee di business: la costruzione di giostre, appunto, e la gestione diretta dei parchi di divertimento. E oltre 1.650 collaboratori di cui 450 nella sola parte manifatturiera, distribuiti in tre impianti produttivi: uno presso il quartiere generale di Altavilla Vicentina, uno in Slovacchia e uno nelle Filippine. «Ne avevamo uno anche in Bielorussia ma abbiamo deciso di dismetterlo per motivi non strettamente legati al business», confida Zamperla, con un implicito riferimento alla situazione politica di quel paese. Ma quella non è l'unica volta che la politica entra nel business del Re delle giostre. «Nel 2002 abbiamo inaugurato in joint venture con la Donald Trump Corporation il parco mobile Victorian Gardens di New York, nella stessa area occupata dalla famosa pista di pattinaggio invernale Wolman Ring di Central Park», dice Zamperla, e ricorda quando a chiamarlo fu lo stesso tycoon oggi presidente degli Stati Uniti. Voleva che il parco fosse chiamato Trump Amusement Park. «Sono riuscito a dissuadere i suoi avvocati facendo appello al buon senso. Ho detto loro che avremmo rischiato un'infinità di cause per motivi tra i più svariati. Hanno accettato». Niente inciampi legali, ma qualche inciampo economico sì, post elezione alla presidenza Usa. «Con l'insediamento di Trump alla Casa Bianca gli affari sono crollati», sospira Zamperla. «Molte aziende che prima erano solite affittare l'area per feste e simili hanno preferito

rivolgersi altrove. Tra un paio d'anni scadono i contratti, vedremo...».

Poco male, gli affari dell'azienda di Altavilla Vicentina vanno comunque a gonfie vele. Non esiste parco divertimenti al mondo dove Zamperla non abbia installato almeno una o più delle sue attrazioni. Oltre a rifornire i nomi più prestigiosi dell'industria del divertimento mondiale: Walt Disney, Universal Studios, Paramount, Maaf Group, Merlin Entertainments, Compagnie des Alpes (Francia), Parque Reunidos (Spagna), Oct (Cina), Adventure World e Dream World (Australia), Genting Highland (Malesia) e così via.

«Ci collochiamo nella fascia alta del mercato», sottolinea Zamperla. «Chi vuole il meglio viene da noi. La nostra ossessione è la sicurezza. Lavoriamo per prevedere anche l'imprevedibile. Ci può essere il cretino che a 30 metri d'altezza cerca di alzare la sbarra di protezione per salutare la fidanzata, il bambino che si solleva dal sedile per fare ciao ai genitori. Anche in questi casi la loro incolumità deve essere garantita». E lo è. Le macchine sono progettate per durare all'infinito (o quasi). Ma Zamperla punta a un ciclo di vita che non superi i 20 anni. E sulla manutenzione è categorico: «È strategica e a occuparcene siamo sempre noi».

Pure in questo campo l'innovazione è centrale. Come dimostrano i Google Glass presentati dall'azienda durante l'ultimo Iaapa Attractions Expo tenutosi a novembre 2018 a Orlando e volti ad assicurare l'assistenza da remoto per qualsiasi attrazione Zamperla. «Al manutentore della singola attrazione basta indossarli, avvicinarsi al quadro comandi e trasmettere le immagini ai nostri tecnici. È l'ultima frontiera del servizio al cliente con ovvi abbattimenti dei costi e dei tempi d'intervento». E conclude: «Zamperla ci sarà anche dopo di me. Mio figlio Antonio Junior, 38 anni, è già general manager. E in azienda c'è pure Alessandro, 35. Mentre Adriano, 14, l'ho mandato con la madre negli Usa, a studiare. Voglio che cresca con la mentalità cosmopolita». Con la mente aperta, come tutti i Zamperla. ■