

«Ferrovie è pronta a lavorare col futuro gestore di Gs Retail»

di Celestina Dominelli ▶ pagine 29 e 33



INTERVISTA Renato Mazzoncini Ad Ferrovie dello Stato

«Lavoreremo con il futuro gestore di Gs Retail»

Celestina Dominelli

A fine settembre, il piano industriale che dovrà disegnare il futuro delle Ferrovie tutto giocato sull'asse tra le infrastrutture, dove la partita principale è la prossima integrazione con l'Anas, e i trasporti, con il gruppo deciso a diventare uno dei player principali del Vecchio Continente. Potendo peraltro contare su una provvista significativa visto e considerato che, proprio ieri, il cda ha deliberato l'emissione di 1,8 miliardi di euro di bond, da destinare agli investitori istituzionali, che serviranno a finanziare la crescita di Fs. Dietro l'angolo, però, il gruppo guidato da Renato Mazzoncini, impegnato da qui al 2 giugno a Milano, nel



Renato Mazzoncini

“World congress on railway research 2016”, la più grande rassegna mondiale sulla ricerca ferroviaria, organizzata quest'anno dalla stessa Fs e da Trenitalia, è atteso da una prima, importante, sfida: entro il 7 giugno arriveranno le offerte vincolanti per l'acquisizione di Grandi Stazioni Retail.

«Il nostro obiettivo - spiega Mazzoncini - è un po' diverso da quello degli altri soci (Pirelli, Benetton, Caltagirone e Snf riuniti sotto Eurostazioni che controlla il 45% di Gs Retail, ndr) che hanno scelto di uscire da questo asset dopo averlo sviluppato per diversi anni. Noi puntiamo a trovare nuovi partner con cui andare avanti per sviluppare lo straordinario mondo delle stazioni retail. Ho incontrato tutti i candidati, che volevano capire con quale filosofia stavamo approcciando la vendita, e ho confermato loro questa linea. Ho trovato grande entusiasmo tra i vari bidder e mi aspetto anche quattro offerte competitive una contro l'altra».

Continua ▶ pagina 33

INTERVISTA Renato Mazzoncini Amministratore delegato Ferrovie dello Stato

«Pronti a lavorare col futuro gestore di Gs Retail»

Il ceo: faremo delle gare per affidare in concessione le altre stazioni con vocazione commerciale

Celestina Dominelli

▶ Continua da pagina 29

Prima Poste Vita e poi il fondo sovrano di Singapore Gic si sono ritirati. Teme altri forfait?

Non ho nessuna percezione che ci siano in questo momento soggetti che, a fronte dell'eccitazione manifestata durante gli incontri, vogliono tirarsi indietro. Peraltro Poste Vita era ancillare a una cordata, governata principalmente da Deutsche Bank, che è andata avanti per la sua strada. Dopodiché altri soggetti possono essersi sì persi per strada, ma mi lasci dire che la gara è molto impegnativa perché abbiamo predisposto un memorandum informativo che descrive molto bene la nostra vision futura e gli sviluppi potenziali di questa importante società. Poi è ovvio, però, che la possibilità di vincere passa per il

fatto di avere una vision ancora più aperta e più spinta e di decidere di fare investimenti funzionali all'incremento del business che, a sua volta, fa incrementare il prezzo.

Cosa si aspetta dalle offerte vincolanti?

Lagaral vince chi fa il prezzo più alto e il prezzo più alto lo fa chi pensa di avere maggiori ricavi che sono indotti da maggiori spazi commerciali oltre che da una politica commerciale migliore di quella messa in campo fino a oggi e, a mio avviso, già buona. Noi stiamo cercando questa capacità imprenditoriale e quindi anche noi aspettiamo con ansia la chiusura di questa gara perché siamo desiderosi di cominciare a lavorare sul progetto di miglioramento e di crescita della parte retail delle stazioni. E lo faremo con una logica diversa: prima eravamo soci, ora saremo partner che convivono

all'interno di questo fantastico “condominio” che è la stazione.

Voi continuerete a occuparvi di passeggerie e della parterail con la nuova società nata a valle dello scorporo di Gs. Che rapporto immagina con i futuri inquilini?

Sarà disicuro tutto più semplice. Ed è ovvio che dobbiamo ragionare in una logica di partnership perché abbiamo l'obiettivo comune di attirare flussi crescenti nelle stazioni e di fare in modo che le persone valutino positivamente l'esperienza del viaggio. Sono molto soddisfatto del lavoro fatto in questi dieci anni da Grandi Stazioni, ma sono altrettanto convinto che la configurazione futura funzionerà ancora meglio grazie alla chiara distinzione dei ruoli.

La vendita del retail ha avuto però avuto un'accelerazione negli ultimi tempi.

Paolo Gallo sta facendo un ottimo lavoro, ma è chiaro che in Italia alcuni processi richiedono dei tempi un po' più lunghi. E, in questi anni, il lavoro messo in campo è stato anche quello di far passare l'idea, presso gli altri decisori e tutti gli stakeholder del mondo amministrativo, che il diverso uso delle stazioni rappresentava un'occasione di valorizzazione

per l'intera comunità.

Vince chi farà il prezzo migliore, ma cosa ci si attende?

Avrei risposto alla sua domanda tre mesi fa, adesso è un momento delicato per fare una valutazione di questo genere. Ad ogni modo, sono molto ottimista. Vedo che i soggetti ancora in campo hanno voglia di vincere e sono convinto che porteremo a casa un ottimo risultato. Ciò premesso, noi stiamo vendendo le azioni di una società e quindi la gara non

poteva che essere fatta sul prezzo.

Lei batte molto sulla valorizzazione delle stazioni. Hainment è un piano preciso per farle crescere?

L'idea è molto semplice. Basta dividere le oltre 2200 stazioni italiane tra quelle che hanno una vocazione retail e gli scali che ne sono privi. Secondo me, non sono più di venti gli asset che rientrano nella prima categoria. La maggior parte è già dentro il network di Gs Retail e

le altre bisognerà gestirle allo stesso modo. A mio avviso, quindi, andranno fatte delle gare per dare in concessione anche le altre stazioni che hanno potenzialità simili, mentre gli altri scali, in parte sotto il cappello di Centostazioni e in parte sotto Rfi, devono avere un grande progetto e devono trasformarsi in luoghi funzionali all'organizzazione della vita di coloro che le fre-

quentano. Ecco, io voglio riuscire a fare in modo che andare in stazione diventi un valore aggiunto.

Sono ipotizzabili delle partnership per valorizzare le altre stazioni con vocazione commerciale o delle alleanze con il futuro gestore di Gs Retail?

Non è un mistero che il nostro azionista di Centostazioni, la Save, voglia uscire da questo business. Siamo lavorando a trovare una so-

luzione che intercetti questa nuova visione. Per questi scali, la via più semplice, come già avvenuto per Roma Tiburtina, è preparare una concessione per la parte retail e fare una gara, alla quale ovviamente mi auguro che partecipi con successo il nuovo gestore di Gs Retail perché sarebbe assolutamente funzionale avere un unico partner per tutte le stazioni con tale vocazione.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

L'ESPRESSO



Renato Mazzoncini

L'ASSETTO POST VENDITA
«La configurazione futura funzionerà ancora meglio grazie alla chiara distinzione dei ruoli»