

IL GRUPPO SCIOGLIE LA JOINT VENTURE CON IL PARTNER AMERICANO REMINGTON

# Elsag avanti in solitaria negli Usa Obiettivo, raddoppiare gli ordini

DA NEW YORK  
ANDREA FIANO

**E**lsag negli Stati Uniti va da sola e punta al raddoppio del bilancio. Elsag North America, società interamente posseduta da Elsag Datamat, che a sua volta fa capo al gruppo Finmeccanica, ha sciolto nelle scorse settimane la joint venture con l'americana Remington e ha deciso di continuare da sola sul mercato a stelle e strisce, dove lo scorso anno ha fatturato 7,3 milioni di dollari. E dove a novembre il suo sistema elettronico LPR, che permette la lettura automatica in tempo reale delle targhe automobilistiche di vetture in corsa (utile per individuare, per esempio, le auto rubate), è finito anche in un episodio del telefilm *CSI*.

La scelta di creare Elsag North America chiude il capitolo della Reles, la società frutto di una joint venture paritetica fra la Remington Arms ed Elsag, creata nell'agosto del 2004. Lo scorso settembre, infatti, Elsag ha deciso di esercitare la sua opzione call e acquisire il 50% della Reles (acronimo di Remington Elsag Law Enforcement Systems) controllato dal gruppo americano, dopo che quest'ultimo era stato acquisito dal fondo di private equity Cerberus Capital (che oggi controlla anche Chrysler) per 370 milioni di dollari.

La nascita di Elsag North America, prevista a partire dal mese prossimo, sancisce il successo di un gruppo che, concentrandosi soprattutto su una soluzione specifica destinata alle forze dell'ordine americane, è presente in 26 stati ameri-

cani e vanta fra i clienti 270 diversi dipartimenti di polizia o agenzie per l'ordine pubblico, e controlla il 90% del mercato della lettura delle targhe e ha già installato 800 sistemi negli Usa. Gli ordinativi raccolti lo scorso anno hanno raggiunto i 10,5 milioni di dollari, rispetto ai 6,5 del 2006, con un fatturato salito da 5 a 7,3 milioni di dollari nello stesso periodo, mentre l'obiettivo per quest'anno è arrivare a 20 milioni di dollari sul fronte degli ordinativi.

La casa madre Elsag Datamat (4 mila dipendenti) ha chiuso il 2007 con ordini per 1,3 miliardi di dollari e un fatturato di 960 milioni di dollari. Il gruppo è attivo nel settore della sicurezza e dei network di comunicazione, in quello della logistica e information technology per difesa e settore aereo, della logistica per i trasporti, dei servizi per la pubblica amministrazione come smart card e firma elettronica, dell'automazione e meccanizzazione postale, comparto nel quale avrebbe vinto da pochi giorni una gara d'appalto in Egitto assieme al gruppo Poste Italiane.

Al centro dell'offerta americana del gruppo ci sono invece per ora solo le soluzioni tecnologiche e i sistemi intelligenti, come quelli che leggono le targhe delle vetture in corsa e sono in grado di confron-

tare in tempo reale il numero con una hot list dei veicoli sospetti o rubati. Da qui il successo di queste soluzioni per i dipartimenti di polizia delle maggiori città americane a partire da New York, passando per città come Miami, Washington, Los Angeles, Denver, Phoenix, Atlanta e Pittsburgh. Il progetto negli Usa è stato lanciato soltanto poco più di un anno fa e in questo settore, ha spiegato a *MF/Milano Finanza* l'ad del gruppo, Carlo Gualdaroni, Elsag è leader mondiale ma ha ancora molto spazio per crescere e studiare soluzioni su misura per i clienti.

Il gruppo Remington, che lo scorso anno è stato comprato da Cerberus dopo essere stato in amministrazione controllata, era stato inizialmente un grande sponsor per l'adozione delle soluzioni di Elsag da parte dei dipartimenti di polizia americani. La scelta di proseguire da soli è coincisa anche con la scelta di fare maggiori investimenti in Nord America aprendo nuove filiali e investendo poco meno di 40 milioni di dollari in ricerca ed espansione, di spostare da Madison nel Nord Carolina (dove ha la sede la stessa Remington, in passato parte del gruppo Du Pont) a Brewster (Stato di New York) il quartier generale americano della società e di trasferire già dai mesi scorsi tutta la produzione destinata al mercato americano negli Usa. «L'obiettivo», ha aggiunto Gualdaroni, «è produrre in casa le soluzioni e customizzarle per la clientela, oltre che trasformare l'attività americana del gruppo in una vera e propria branch del gruppo con tutte le soluzioni disponibili anche negli altri mercati». (riproduzione riservata)

Milanofinanza.it

La Borsa in tempo reale

Tutte le quotazioni dei mercati finanziari italiani  
in real time a portata di click

