

**AUTOBELLA:
LA NUOVA STRATEGIA INTERNAZIONALE
DI IDROBASE GROUP**

**NOVITA' IN CINA:
INAUGURATO
IL PRIMO MEGA AUTOLAVAGGIO
CON SOLUZIONE COMPLETA MADE IN ITALY**

**INTANTO SI GUARDA ALL'AREA SUD DEL MEDITERRANEO
NELLA LOGICA DEL PIANO MATTEI**

Si chiama “Autobella” ed è la sfida italiana al mercato del “car washing” per automobili della “upper class” cinese: a lanciarla è la padovana Idrobases Group con l’obiettivo di dar vita ad una catena in “franchising”, gestita attraverso l’unità produttiva locale Idrobases Ningbo.

A Xi’an, città di oltre 8 milioni di abitanti e capoluogo della provincia di Shaanxi nell’area centrale del Paese, è stata inaugurata la prima struttura, frutto di una partnership cino-italiana: conta 20 piazzole per il lavaggio manuale dell’auto e Idrobases Group fornisce una soluzione completa per la cura del veicolo, nonché il metodo per ottenere la maggior soddisfazione del cliente.

Il nuovo progetto dell’azienda veneta sarà presentato ufficialmente [in Maggio](#) alla fiera Interclean di Amsterdam, mentre il lancio sul grande mercato dell’Estremo Oriente è previsto per [Dicembre](#) all’Automechanika di Shanghai.

L’azienda italiana, leader nelle tecnologie dell’acqua in pressione e per “respirare aria sana”, avvia così un’importante trasformazione nella strategia globale ad iniziare dall’applicazione della metodologia “Lean-Toyota” nella sede centrale di Borgoricco.

“Parafrasando Leonardo Da Vinci possiamo affermare che la qualità è fatta di dettagli e che la qualità non è un dettaglio – afferma **Bruno Ferrarese, Contitolare di Idrobases Group** – **Efficientare la produzione, riducendo i costi, ci permetterà di liberare risorse da destinare alle linee strategiche.**”

Per questo, **Idrobase Group** sta individuando **partner affidabili nei Paesi emergenti, cui delegare produzioni su licenza per i mercati areali; triplice l'obiettivo: contenere i costi, contrastare il furto d'identità aziendale e le contraffazioni, concentrare l'attività "in house" sulle produzioni strategiche ad alto valore aggiunto e sullo sviluppo di un marketing planetario.**

“Nell'area del Mediterraneo siamo in procinto di aprire linee di produzione per il settore cleaning, in sintonia con le aspettative tecniche e di prezzo, richieste dalla clientela locale – aggiunge Bruno Gazzignato, anch'egli contitolare di Idrobase Group - Sono mercati indubbiamente difficili, permeati da forti contraddizioni sociali, ma caratterizzati anche da notevoli opportunità di crescita, legate ai benefici dell'economia del petrolio.”

“Non sarà facile – conclude Ferrarese - ma è il nostro tassello a quel piano Mattei, propugnato dall'Italia; una cosa è certa: ovunque, il lavoratore ed il suo benessere restano al centro del nostro impegno imprenditoriale.”