

Rassegna del 12/06/2018

Sole 24 Ore	12	La rete Sia conquista la certificazione della Bce	B.Ce.	1
Mf	21	Pronti allo scontro con l'hi-tech	Romani Giulio	2
Mf	3	La Commissione triplica le multe	Lusardi Antonio	3
Repubblica	35	Gli hacker sgonfiano la bolla bitcoin	Pagni Luca	4
Mf	15	L'e-commerce nuziale punta all'aumento di capitale	Bertolino Francesco	5
Sole 24 Ore .export	26	Portali «emergenti» per le vendite online - Tra i giganti e - commerce irrompono gli emergenti	Cappellini Micaela	6
Sole 24 Ore .export	26	Le mosse vincenti dalla logistica al marketing	Mi. Ca.	9
Sole 24 Ore Rapporti24 Territori	34	Il turismo riaggancia il target giovani	Ronchetti Natascia	10
Sole 24 Ore Rapporti24 Territori	33	La startup nata all'Università corre nella FT1000 europea	Pasqualotto Silvia	12
Sole 24 Ore Rapporti24 Territori	31	Realtà virtuale e big data «aumentano» le filiere	Vesentini Ilaria	13
Sole 24 Ore	10	La cyber-fragilità dell'internet delle cose	Netti Enrico	15
Gazzetta del Mezzogiorno	15	A giugno l'Ifiit rallenta	...	16
Corriere della Sera	37	Almaviva scommette sulla «new technology» Digitaltec ora assume	De Cesare Corinna	17
Sole 24 Ore	3	Il Cipe a Giorgetti, la delega tlc resta a M5S	Fiammeri Barbara - Serafini Laura	18
Corriere della Sera	39	Telecom, si tratta sugli esuberanti Sul tavolo l'opzione della solidarietà	An.Duc.	19
Avvenire	25	Terminata la "battaglia" Genish lavora sulla rete	Giacobino Andrea	20
Sole 24 Ore	14	Prysmian vara il nuovo assetto globale «Ora la priorità è il governo del debito»	D'Ascenzo Monica	21
Mf	15	Mincione sale al 25% di Retelit Pronto a chiedere stop alle delibere - Mincione sale al 25% di Retelit	Follis Manuel	23

La rete Sia conquista la certificazione della Bce

La tecnologia tutta italiana della Sia vince ancora in Europa. Il big milanese leader nelle infrastrutture nelle aree dei pagamenti, monetica e servizi di rete dei mercati dei capitali, è il primo network service provider ad aver acquisito la certificazione dell'Eurosistema (Bce e banche centrali dell'Eurozona) per fornire l'accesso al Tps. Il Target instant payment settlement è il nuovo servizio

pan-europeo per il regolamento in moneta di Banca centrale dei pagamenti istantanei, che secondo i piani partirà in novembre agevolando integrazione e innovazione del mercato dei pagamenti al dettaglio in euro. Da ricordare che Sia dal novembre 2017 gestisce già gli instant payments in Europa con la connessione al sistema RT1 di Eba Clearing. Sianet è ora l'unica infrastruttura di rete che ha superato tutti i test dell'Eurosistema su sicurezza, performance, affidabilità a governance. «La certificazione dell'Eurosistema - ha detto Nicola Cordone, Deputy Ceo di Sia - conferma il ruolo di Sia come primario provider tecnologico nell'ambito dei network services anche in vista dell'Eurosystem Single Market Infrastructure Gateway nel 2021, rafforzando la cybersecurity e la resilienza dei sistemi di importanza strategica».

— **B.Ce.**

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Al vertice.
Nicola Cordone,
deputy
Ceo di Sia



Pronti allo scontro con l'hi-tech

Proprio a questi aspetti è dedicato il Milano Trading Summit, evento organizzato da Swissquote il prossimo 21 giugno per promuovere la conoscenza finanziaria in vista dei cambiamenti del settore

DI GIULIO ROMANI

Il livello di competenze finanziarie in Italia è critico, per non dire allarmante. È quanto emerge da uno studio promosso dalla Global Thinking Foundation. Per il livello di alfabetizzazione finanziaria negli adulti, il Belpaese risulta infatti ultimo tra i Paesi Ocse. A ribadire il concetto ha provveduto anche il neopresidente della Consob Mario Nava, nel corso della sua prima relazione all'assemblea annuale della commissione, avvenuta l'11 giugno a Piazza affari. Secondo alcuni dati che la Consob ha elaborato sulla base delle proprie ricerche, il 40% dei cittadini italiani non sa valutare le proprie conoscenze finanziarie, il 50% è a disagio con la finanza, e un ulteriore 50% non è interessato alla materia.

È anche con questo scenario che si dovrà confrontare il Milano Trading Summit promosso da Swissquote, società che eroga servizi finanziari e di trading online, che si terrà il prossimo 21 giugno. L'evento ha come obiettivo quello di radunare investitori istituzionali e privati, ma anche esperti in ambito legale, imprenditoriale, e tecnologico, per discutere dell'aria di cambiamento che sta travolgendo il mondo della finanza operativa. Dei quattro panel che caratterizzeranno la discussione, da segnalare soprattutto il secondo, ovvero «Fintech e Robotica: il futuro dei prossimi cinque anni». Più in dettaglio, il panel punterà a scoprire fino a che punto intelligenza artificiale e sistemi automatici andranno a impattare sull'operatività dei trader, e soprattutto se riusciranno a controllare i mercati. Il trading automatizzato del resto è ormai una realtà affermata, che facilita e velocizza il lavoro del

singolo operatore. Ma fino a che punto si spingeranno le capacità dei robot all'interno dell'attuale quadro legislativo europeo? Le macchine potranno mai replicare o addirittura sostituire in toto il fattore umano che connota l'operatore? Il Robomanagement è una delle innovazioni che rappresenta la sempre maggiore collaborazione tra macchina e uomo, tra intelligenza artificiale e fattore umano. Si tratta di un framework in grado di rendere virtuali i membri di un comitato di gestione attiva del portafoglio ovvero l'asset manager, gli analisti, il risk manager, e la compliance, trasformandoli in oggetti software. «Il risultato non è una semplice combinazione delle singole componenti, ma qualcosa di più complesso. Un vero e proprio sistema critico, nel senso scientifico del termine, assai vicino alle dinamiche decisionali di un comitato», ha spiegato Riccardo Donati, fondatore di Redex Risk & Finance, intervistato da *Milano Finanza*. Donati sarà uno tra i relatori del panel sopramenzionato all'evento di Swissquote, nel quale andrà ad approfondire il lavoro della sua società, attiva nella gestione di rischio e ottimizzazione di portafoglio.

Donati ha parlato inoltre dei numerosi elementi disruptive di questa tecnologia, alla pari di quanto già visto con i Trading System e i Roboadvisor. «Al primo posto metterei la riduzione drastica dei costi: si tratta di un elemento fondamentale per riequilibrare il rapporto rischio/rendimento di un investimento, oggi compromesso dai Ter elevatissimi degli Oicr (Organismi di investimento collettivo del risparmio), specialmente in Italia», ha spiegato Donati. Altro elemento disruptive, e alla pari con il taglio dei costi di gestione, è l'eliminazione

del fattore umano: «molto spesso paura e avidità, nonché le relazioni di imitazione e di contrapposizione, assieme ad altri bias psicologici, portano a decisioni sub-ottimali», ha aggiunto. Per via della sua natura digitale, il Robomanagement permette un interfacciamento diretto con il broker, riducendo in tal modo i rischi operativi e rendendo molto più rapida l'esecuzione delle operazioni. «Sono convinto che proprio il Robomanagement rappresenterà il futuro dell'industria del risparmio gestito, anche se in Italia sussistono numerosi vincoli di tipo normativo e altre resistenze che potrebbero rallentare la diffusione», ha concluso Donati. Stando ai dati della società statunitense Statista.com, nel 2018 gli investimenti in servizi di tecnologia finanziaria toccheranno gli 8 miliardi di dollari americani, dato che testimonia del crescente interesse tra finanza e tecnologia a livello globale. Anche di questo tema si parlerà al Milano Trading Summit. I quattro panel, da quarantacinque minuti ciascuno, saranno seguiti da mezz'ora di trading in tempo reale, nel corso della quale si potrà assistere all'operatività dei trader Francesco Caruso, Stefano Serafini, Marco Ciucci, e Federico Izzi. Nel corso della manifestazione previsti anche i convegni Il futuro dei Cfd, La psicologia finanziaria e Gli sviluppi del mercato valutario. L'evento è gratuito, previa iscrizione al sito di Swissquote. (riproduzione riservata)



L'ANNO SCORSO SONO STATE COMMINATE 151 SANZIONI PER 27,8 MILIONI DAI 7,8 MILIONI DEL 2016

La Commissione triplica le multe

Una fetta consistente dei procedimenti ha riguardato i casi Pop Etruria, Pop Vicenza e Veneto Banca. In primo piano anche i controlli sul fintech. Cinque i provvedimenti di sospensione legati a criptovalute

DI ANTONIO LUSARDI
MF-DOWJONES

Nel corso del 2017 la Consob ha comminato 27,8 milioni di euro di sanzioni, in decisa crescita rispetto ai 7,8 milioni dell'anno precedente. Le multe sono state il risultato di 156 procedimenti, di cui 151 ne hanno comportato l'applicazione. Lo si legge nella Relazione per il 2017 della Consob. Le misure di interdizione accessoria applicate hanno totalizzato 209 mesi, di cui 97 a carico di emittenti e 112 per abusi di mercato. Di questi ultimi, 76 mesi di interdizione hanno riguardato casi di insider trading (cinque episodi) e 36 mesi sono stati invece relativi a un singolo caso di manipolazione del mercato. Tra le sanzioni a carico di intermediari, degli 11,8 milioni di euro comminati 11 sono stati a carico di istituti bancari, con nove soggetti coinvolti a fronte di 15 emittenti complessivi sanzionati (oltre a cinque sim e una sgr). Per quanto riguarda i consulenti finanziari, si sono verificati 52 provvedimenti sanzionatori, di cui 28 radiazioni dall'Albo, e 54 provvedimenti cautelari di sospensione dell'attività a tempo determinato. Nello scorso mese di novembre la Consob ha inoltre per la prima volta attivato un nuovo strumento sanzionatorio reputazionale, ovvero la diffusione dell'elenco delle società che hanno ritardato o mancato di pubblicare la documentazione contabile periodica. Questa misura, che non ha formalmente un profilo sanzionatorio, ha

riguardato otto emittenti che hanno mancato di pubblicare i resoconti tra ottobre 2016 e ottobre 2017.

Tra i procedimenti sanzionatori comminati dalla Consob una fetta consistente ha riguardato istituti bancari in crisi o in liquidazione e loro esponenti, tra cui Popolare Etruria, Popolare Vicenza e Veneto Banca. In qualità di emittenti i tre istituti e i loro esponenti sono stati sanzionati rispettivamente per 1,12 milioni (Etruria), 4,17 milioni (Vicenza) e 4,26 milioni (Veneto). Per violazioni della disciplina di prospetto le tre banche hanno ricevuto sanzioni rispettivamente per 1,54 milioni, 1,4 milioni e 790 mila euro. Gli esponenti aziendali di Popolare Vicenza inoltre sono stati sanzionati (3 milioni di euro e 76 mesi di interdizioni accessorie) per aver realizzato un'offerta al pubblico di prodotti finanziari senza la preventiva pubblicazione di prospetto.

Con l'evoluzione tecnologica del settore finanziario, si legge ancora nella Relazione, sono entrati sul mercato numerosi nuovi attori, definiti collettivamente fintech, inizialmente non vigilati e non regolati. A fine 2017 la Consob aveva censito oltre cento fintech attive in Italia. Tra i nuovi soggetti la Consob ha dedicato particolare attenzione all'equity crowdfunding, di cui sono stati censiti 22 portali. La Relazione pone inoltre in evidenza le attività della Consob sulle criptovalute, per le quali sono stati adottati tre provvedimenti di sospensione cautelare per violazioni della disciplina degli emittenti e due per violazioni della disciplina degli intermediari. (riproduzione riservata)



La sede della Consob



Gli hacker sgonfiano la bolla bitcoin

Ondata di vendite dopo l'attacco informatico a una piccola piattaforma di scambi. Valori dimezzati da inizio anno

Sulla crisi pesa il fatto che la criptovaluta non ha avuto una diffusione di massa
 Un terzo del valore è in mano a 1.600 persone, e solo mille sono investitori a lungo termine

LUCA PAGNI, MILANO

È come la farfalla che in Cina, sbattendo le ali, provoca un maremoto da qualche altra parte nel mondo. Allo stesso modo, nel fine settimana un furto commesso da ignoti hacker ai danni di Coinrail, una piccola piattaforma per lo scambio delle monete virtuali in Corea del Sud, ha provocato uno sconquasso sul mercato dei bitcoin. E non da poco: le quotazioni sono crollate del 12 per cento già domenica sui vari siti di scambio delle criptovalute, con un dato poi confermato alla riapertura della Borsa di Chicago, dove sono quotati i derivati sul bitcoin.

Il dato di rilievo è la rottura della quota settemila dollari, che non è solo una soglia psicologica: da ieri il bitcoin – che nonostante il proliferare di cloni rimane la moneta virtuale sempre più diffusa al mondo – vale attorno a 6.700 dollari, bruciando così 46 miliardi di dollari degli investitori. Staticamente, si tratta del prezzo più basso degli ultimi due mesi, visto che era sceso sotto questo livello già a marzo, per poi recuperare fino a 10mila dollari. Ma ciò che conta è la tendenza: siamo lontani anni luce dalle quotazioni raggiunte nel dicembre scorso, quando il bitcoin era in piena bolla.

E, in ogni caso, da inizio anno, ha perso il 50 per cento del suo valore. Un calo che ha riguardato tutte le monete virtuali. Per dare il dettaglio: ai massimi di fine 2017, in giro per il globo c'erano criptovalute per 830 miliardi di dollari, ora siamo scesi a poco meno di 300 miliardi.

Ma per quali motivi il furto ai danni di un operatore nemmeno di primo piano ha fatto crollare il mercato? La risposta non è tanto legata al danno economico in sé (Coinrail è in fondo alla classifica delle prime 100 piattaforme per valore movimentato), ma al danno di immagine che colpisce al cuore la tecnologia alla base del bitcoin, che viene sempre raccontata come difficilmente attaccabile dagli hacker. È vero che finora i "ladri" informatici se la sono presa con le piattaforme più piccole e che si ipotizza meno difese da intrusioni informatiche: ieri è accaduto a Coinrail, nei mesi scorsi al giapponese Coincheck e a febbraio a un piccolo operatore italiano denominato BitGrail. Ma tanti piccoli mattoncini stanno costruendo un muro: secondo un calcolo del Wall Street Journal, dal 2014 le violazioni informatiche ai danni degli exchange sono costate agli investitori almeno 1,4 miliardi

di dollari. Oltre a una perdita costante di fiducia.

Ma non è solo questo il motivo per cui bitcoin e i suoi fratelli minori stanno perdendo in popolarità e valore economico. La moneta virtuale è ancora poco usata, non ha avuto quella diffusione di massa che i suoi sostenitori si aspettavano, in modo che fosse slegata dai pericoli dell'inflazione. Anche in questo caso parlano i dati: secondo uno studio di Chainalysis, società di consulenza specializzata nell'analizzare i fenomeni legati al riciclaggio e ai reati commessi attraverso le criptomonete, anche la "ricchezza" creata dalle monete virtuali – così come avviene per le banconote emesse dagli stati sovrani – è circoscritta in poche mani. Lo studio ha rivelato come un terzo del valore dei bitcoin in circolazione sia in mano a 1.600 persone, di cui mille persone che hanno un'ottica di investimento di lungo periodo e gli altri 600 sono speculatori a breve periodo. Percentuali che scendono ulteriormente quando si parla delle altre criptovalute, visto che il bitcoin rimane non solo la moneta virtuale più diffusa, ma anche la più liquida. Anche se per il momento non è bastato a decretarne il successo.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Titolo

Monete virtuali, la capitalizzazione



L'e-commerce nuziale punta all'aumento di capitale

di *Francesco Bertolino*

Per le aziende i matrimoni sono sempre un buon affare. Non fa eccezione Martha's Cottage, il primo e-commerce italiano dedicato proprio all'organizzazione delle nozze. La startup nata a Siracusa nel 2014, secondo fonti vicine alla società, potrebbe chiudere dopo l'estate un nuovo round di finanziamento, il terzo. Nei primi due la società fondata e guidata da Salvatore Cobuzio aveva raccolto in tutto 750 mila euro. Questa volta Martha's Cottage punta a raccogliere 4 milioni di euro attraverso un aumento di capitale funzionale a supportarne la crescita, superando gli 8 milioni di

fatturato entro un anno dall'eventuale closing. In Italia il mercato dei matrimoni vale circa 7 miliardi di euro. L'anno scorso la startup siciliana ha realizzato ricavi per 1,5 milioni, più che raddoppiando il risultato dell'esercizio precedente. Duplicato anche il numero di matrimoni organizzati con accessori e gadget acquistati sul sito, passati da 50 a oltre 100 al giorno. In aumento la quota di mercato di Martha's Cottage in Italia, cresciuta in un anno dal 3 all'8% sul totale dei matrimoni celebrati. Ma l'e-commerce nuziale può vantare anche una solida presenza internazionale: oltre il 17% delle vendite sono state realizzate all'estero, con la Francia che si conferma il primo mercato (dopo l'Italia), seguita da Spagna e Germania. (riproduzione riservata)



Portali «emergenti»
per le vendite online

— a pagina 26

Vendite online. Jumia, attiva in 14 Paesi africani con consumi in rapida crescita, è fra le piattaforme più dinamiche

Tra i giganti e-commerce irrompono gli emergenti

Micaela Cappellini

C'è Tiki, per il mercato vietnamita. Qoo10 per chi punta sui ricchi consumatori globali di Singapore. Shopee opera in tutta l'Asia, ma lo fa prevalentemente via telefonino. Mentre Takealot è il più popolare in Sudafrica. Dimenticatevi i giganti come Amazon o Alibaba: i mercati emergenti pullulano di portali locali per l'e-commerce. Ed entrare in Africa, in Asia o in Sudamerica dalla porta di servizio potrebbe rivelarsi addirittura più conveniente.

Prendiamo Jumia.com, che ha esordito sei anni fa in Nigeria e oggi si è allargato ad altri 13 Paesi del continente. Quarantamila i venditori ospitati, quasi tutte Pmi, e 550 milioni i visitatori nell'ultimo anno. Il primo unicorno tech dell'Africa, come lo ha definito il Financial Times. Tra i suoi fondatori c'è anche un italiano, Massimiliano Spalazzi, ex bocconiano: giovanissimo, ha solo 31 anni, ma è già amministratore delegato in sette dei Paesi in cui opera il portale. «Lavoriamo soprattutto con le aziende africane - racconta, dal suo quartier generale che per anni è stato a Lagos e ora è a Dubai - ma per le imprese straniere che vogliono vendere sui nostri portali abbiamo inventato la sezione Jumia Global. Per ora offre so-

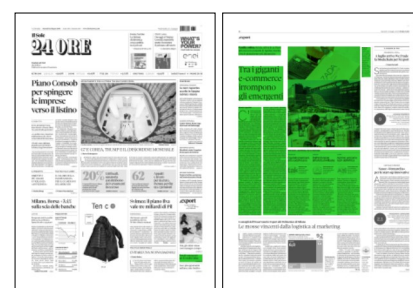
prattutto prodotti cinesi, ma presto apriremo anche ad altri Paesi».

Gli stranieri, però, su Jumia già possono vendere. Gli inglesi e i francesi, per esempio, hanno subodorato il business e hanno cominciato a tirare su le saracinesche virtuali. «L'unica condizione richiesta - spiega Spalazzi - è quella di avere un distributore nel Paese». Se il mio obiettivo è il portale del Marocco, insomma, devo avere un accordo con un importatore che abbia sede legale a Rabat e dintorni. Ma produrre in loco no, non è necessario.

L'export digitale attraverso i portali emergenti dell'e-commerce può essere un buon affare, per le imprese italiane? «È un modo interessante per raggiungere meglio i consumatori dei Paesi emergenti. In Africa, per esempio, c'è solo un supermercato ogni 60mila abitanti». Provare, in fondo, è semplice: «Un imprenditore può esporre i suoi prodotti sulle nostre vetrine virtuali - spiega Spalazzi - e ci paga una commissione, fra il 3 e il 20% a seconda del settore merceologico, ma solo se la merce viene venduta. Oppure, firma un contratto per lasciare nel nostro magazzino uno stock di prodotti per 60 o per 90 giorni, e alla fine quel che non vendiamo gli viene restituito. Il vantaggio, in questo caso, è che non deve pensare alla spedizione: quella la facciamo noi, di solito in un solo giorno».

Le modalità contrattuali rimangono più o meno le stesse, anche se si cambiano i Paesi. In Africa, per esempio, oltre a Jumia vanno molto bene BidorBuy, in Kenya, oppure Kaymu: partito dalla Nigeria come Jumia, assomiglia più al modello di eBay che a quello di Amazon e ad oggi si è espanso in una trentina di Paesi, arrivando fino in Pakistan. Accanto ai portali generalisti, poi, ci sono quelli settoriali: come Checki, dedicato alla componentistica auto e agli accessori per veicoli.

In Asia, invece, tra i più popolari c'è Lazada, di cui Alibaba ha acquistato il controllo del 2016. A fondarlo, nel 2012, è stato un manipolo di consulenti fuoriusciti da McKinsey. Tra i quali l'italiano Riccardo Basile, che dopo aver incassato la fiche del gigante cinese ha lasciato la società e ora si prepara a una nuova avventura digitale: «Su Lazada vanno molto bene la cosmetica e i prodotti per l'infanzia: almeno uno su tre, di questi beni, nel Sudest asiatico ormai viene comprato online».



Gli italiani presenti su Lazada? Per il momento, solo qualche grande gruppo: Artsana, De Longhi, Superga, Perfetti, Luxottica.

Eppure, le esportazioni digitali dell'Italia sono in crescita. Secondo l'Osservatorio Export della School of Management del Politecnico di Milano, nel 2017 hanno raggiunto i 9,2 miliardi di euro, in crescita del 23% rispetto al 2016. L'incidenza sul totale delle esportazioni di beni di consumo - che valgono complessivamente 144 miliardi di euro - rimane però ancora marginale, pari ad appena il 6,4 per cento.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

TRE NUOVI «CAMPIONI» SU CUI PUNTARE

TAKEALOT

Capitali americani, sito sudafricano



Takealot.com
Dalla moda all'elettronica, è il primo portale del Sudafrica

Il lancio ufficiale avviene nel 2011, quando il fondo di investimento statunitense Tiger Global rileva un piccolo portale di e-commerce sudafricano, Take2. Da allora, Takealot.com mette a segno diverse acquisizioni: da Mr. Delivery e Mr. Food per quanto riguarda il servizio di cibo a domicilio, fino a Superbalist.com nel segmento dei portali d'alta gamma dedicati alla moda e al design. Nel 2015 arriva invece la fusione con Kalahari.com, di proprietà di Naspers, che accanto a Tiger Global diventa il principale investitore in Takealot. Oggi al portale sudafricano lavorano 1.200 dipendenti; nelle sue vetrine si spazia dall'elettronica di consumo all'alimentare, passando per la moda

LAZADA

Dall'Indonesia all'orbita di Alibaba



www.lazada.com
Sulle sue vetrine virtuali espongono circa 155mila aziende

Nel marzo del 2012 un gruppo di consulenti McKinsey decide di mettersi in proprio e fonda Lazada.com, che rapidamente diventa il marketplace di riferimento dell'Indonesia. Il successo di Lazada in tutto il Sud-est asiatico è tale che due anni fa il colosso cinese dell'e-commerce Alibaba decide di acquisire il controllo della piattaforma con base legale a Singapore. Il brand Lazada naturalmente è rimasto, e sulle sue vetrine oggi espongono i prodotti di circa 155mila aziende tra quelle locali e quelle internazionali. Il potenziale bacino di clienti su cui il portale può contare è di circa 560 milioni di persone

JUMIA

Il primo unicorno tech dell'Africa



www.Jumia.com
Il marketplace attivo in 14 Paesi del continente africano

Dieci imprenditori di cui uno italiano, fondano in Nigeria il marketplace Jumia.com nel 2012. Dopo soli sei anni, il portale si è allargato ad altri 13 Paesi africani: oggi conta su 550 milioni di visitatori in un anno e 40mila venditori attivi, tanto che i giornali locali ormai lo chiamano «l'Amazon africana». Nel 2016 il Financial Times lo ha definito «il primo unicorno dell'Africa». Secondo i dati Alexa, Jumia.com è la app più scaricata in Marocco (più ancora di Facebook e Whatsapp), mentre in Nigeria è l'ottavo portale più guardato. Nel 2017 ha consegnato in giro per il continente circa 8 milioni di pacchi





Più spazi.

L'export digitale italiano è in crescita: nel 2017 ha segnato +23% a 9 miliardi di euro. Accanto a giganti del web come Amazon e Alibaba oggi esistono molte piattaforme «minori» che hanno successo crescente tra i consumatori

I consigli dell'Osservatorio Export del Politecnico di Milano

Le mosse vincenti dalla logistica al marketing

Logistica, dogane, notorietà del marchio: sbarcare su una piattaforma di e-commerce non basta, per cominciare a esportare nei Paesi emergenti. Prima di riuscirci, bisogna sciogliere una serie di nodi organizzativi.

«Il primo è quello della logistica - spiega Riccardo Mangiaracina, direttore dell'Osservatorio Export della School of Management del Politecnico di Milano -. Quasi mai le piattaforme di e-commerce forniscono questi servizi». Alle imprese italiane non resta che attrezzarsi da sole, e valutare: vale la pena, per esempio, spendere 30 euro di corriere per spedire un pacco di prodotti alimentari? Un ricarico così elevato non verrà accettato facilmente da chi acquista pasta o dolci, per quanto di fascia alta. E qui arriva il secondo consiglio: «L'export

digitale, in effetti, non è adatto a tutti i settori merceologici - prosegue Mangiaracina - va molto bene per il fashion, per il design e per tutti quei prodotti ad alta marginalità, mentre per il segmento food è un po' meno indicato».

In ogni caso, scegliere di vendere su un retailer online locale anziché andare all'estero con il proprio sito è senz'altro la via migliore, poiché si risolve immediatamente il problema di dover attirare traffico sul portale. Ma non è detto che anche il problema del posizionamento dei prodotti sia altrettanto risolto: «Non è perché sta su una piattaforma conosciuta, che un brand diventa automaticamente popolare tra i consumatori - spiega Mangiaracina - se un'azienda non è già presente in un determinato Paese anche con un negozio reale, spesso

occorre investire in attività di marketing e pubblicità online». Alcuni portali emergenti offrono questo servizio, soprattutto quelli asiatici, dove il modello Tmall (gruppo Alibaba) ha fatto scuola e si è peraltro dimostrato parecchio efficace. Ma tutto questo ha un costo: certe volte, fino al 20% del fatturato generato sul sito.

Infine, c'è il nodo delle dogane: «Anche se acquistato su Internet - spiega Mangiaracina - un determinato prodotto deve rispettare le regole doganali di classificazione delle merci stabilite dal Paese di destinazione». Non ci si può improvvisare esportatori ovunque, insomma, ma occorre sapere se il nostro prodotto, per le caratteristiche che ha, è considerato ammissibile in un determinato mercato.

— Mi. Ca.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

L'EXPORT DIGITALE DELL'ITALIA

Valori al 2017, in miliardi di euro
e variazione % del totale rispetto al 2016

9,2
+23%



* elettronica, cosmetica, articoli sportivi

Fonte: Politecnico di Milano

Posizionamento.

Se un'azienda non è già presente in un Paese anche con un negozio reale, occorre investire in attività di marketing e pubblicità online



Come cambia l'industria dell'accoglienza

Il turismo riaggancia il target giovani

Bilancio positivo per il piano di comunicazione pluriennale incentrato sui blogger e sugli influencer esteri: raggiunti 19 milioni di utenti online

Pagina a cura di
Natascia Ronchetti

Arrivano da tutto il mondo: dalla Cina agli Stati Uniti, fin dall'Australia. Sono i giovani blogger e influencer che in sei anni hanno rivoluzionato la comunicazione del sistema turistico emiliano-romagnolo con BlogVille, esperienza pilota lanciata nel 2012 da Apt Servizi, l'agenzia di promozione turistica della Regione, in collaborazione con iambassador, l'associazione europea dei travel blogger. Tra Rimini e Bologna ne sono già stati ospitati 220: hanno prodotto 1.400 racconti digitali che hanno raggiunto attraverso la rete 19 milioni di utenti. Un successo. Tanto da fare del progetto una case history mondiale replicata in Finlandia, a Malta, in Estonia, in Sudafrica e in Australia.

I giovani sono nuovamente l'asso nella manica di una regione in prima fila a livello internazionale con la sua industria delle vacanze. Un colosso - tra città d'arte, riviera, entroterra, appennino, località termali - che l'anno scorso ha raggiunto 57 milioni di pre-

senze (con un balzo del 6,3%) delle quali oltre 9 milioni costituite da stranieri (in crescita dell'8%) provenienti dall'Europa, Germania in primis, ma anche da oltreoceano. E che investe sulle nuove generazioni per intercettare flussi dall'estero ma anche per archiviare definitivamente la fase di declino del modello di divertimento notturno della Romagna.

Tra i primi banchi di prova anche la Notte Rosa, la ormai tradizionale kermesse di spettacoli e concerti, da Comacchio a Cattolica, che il primo fine settimana di luglio popola da 13 anni la costa e il suo entroterra. «Stiamo recuperando terreno e siamo tornati a essere una meta in auge anche tra i giovanissimi - dice l'assessore regionale al Turismo, Andrea Corsini -. Abbiamo un prodotto che si rivolge a tutti i target, ma un modello di riferimento resta Ibiza».

BlogVille ha un costo basso: 65mila euro l'anno per offrire per una settimana agli influencer un appartamento a Bologna, base per esplorare la regione tra arte, cultura, percorsi enogastronomici, divertimento e tradizioni. «Il risultato è la creazione di un network internazionale che so-

prattutto oltreconfine ha dimostrato di essere molto efficace sul piano della promozione», spiega il direttore di Apt Servizi, Emanuele Burioni.

La svolta digitale è stata accompagnata due anni fa da un progetto realizzato in collaborazione con Fipe-Confcommercio e Silb, il sindacato dei locali da ballo, per valorizzare la nightlife nel Riminese. Anche in questo caso sono i blogger ad avere un ruolo da protagonisti: vengono ospitati per raccontare la loro esperienza. «Le discoteche - prosegue Burioni - hanno ricominciato a investire in modo massiccio sulla comunicazione e su eventi di caratura internazionale con dj di fama mondiale». L'integrazione tra intrattenimento, arte, tipicità locali, vacanza attiva all'insegna dello sport è la grande sfida di un sistema turistico che punta a internazionalizzarsi sempre di più. Il principale motore del settore resta la Riviera. Ma sono in decisa crescita anche le città d'arte, che hanno ormai raggiunto 7 milioni di presenze, così come le destinazioni appenniniche (2 milioni). In ripresa, dopo alcuni anni di contrazione, il turismo dalla Russia, con una impennata del 18,5 per cento.

© RIPRODUZIONE RISERVATA





Laureato in scienze forestali.

Andrea Corsini è assessore regionale al turismo e commercio

Hi-tech. Il visitor center del progetto ARimini, realizzato con fondi Ue, vanta un percorso multimediale che guida alla scoperta della Rimini romana, con installazioni interattive

Storie di Pmi. In sei anni Caffeina

ha raggiunto i 5 milioni di ricavi

La startup nata all'Università corre nella FT1000 europea

**La newco di Parma
lavora per Ferrero,
P&G, Bulgari, Barilla
con servizi integrati
ad alta redditività****Silvia Pasqualotto**

«**P**ensare globalmente, agire localmente». È questo secondo Tiziano Tassi, Ceo di Caffeina, il più grande vantaggio che offre il digitale. Nonché ciò che ha permesso a lui e ai suoi compagni di università di partire da Parma per creare una delle più grandi agenzie di digital marketing italiane.

Nata nel 2012, la startup è cresciuta in pochi anni al punto da essere inserita nel 2018, per il secondo anno di fila, all'interno della classifica del Financial Times e di Statista FT1000, che segnala le mille aziende europee a più elevato tasso di crescita. In soli sei anni l'agenzia di Tassi è passata, infatti, da tre dipendenti - lui e i soci Antonio Marella e Henry Sichel - a oltre cento, distribuiti su tre sedi (visto che nel frattempo la società ha aperto uffici anche a Milano e a Roma).

All'aumento del personale si è accompagnato quello dei clienti, soprattutto multinazionali che operano in Italia. Nomi come Ferrero, Barilla, P&G, Motta, Parma-

lat, Bauli, Bulgari. «A tutti loro - spiega Tassi - offriamo un servizio integrato, molto diverso da quello delle vecchie boutique di creativi. Avendo lavorato nel marketing di varie aziende prima di questa esperienza, io e i miei soci abbiamo cercato di dare vita a quel tipo di agenzia che sognavamo di trovare quando eravamo nella posizione di clienti. E cioè una che fosse sì creativa ma anche capace di avere un impatto reale sul business, ad esempio facendo aumentare le vendite».

Forte di un progetto di business molto chiaro, Caffeina è riuscita a far crescere il proprio fatturato negli ultimi due anni da 1,6 milioni di euro a quasi 5. «Nell'arco del prossimo triennio puntiamo ad arrivare a un fatturato compreso tra gli 11 e i 14 milioni di euro, aumentando ulteriormente i nostri dipendenti e crescendo all'estero», racconta Tassi. Tra i progetti futuri della digital agency di Parma c'è infatti quello di «portare il made in Italy digitale nel resto del mondo», aprendo sedi anche in altri Paesi. «Per il momento - conclude il Ceo - ci stiamo guardando intorno e stiamo cercando di capire qual è il mercato estero più giusto per noi. Tra le città che ci interessano di più ci sono Londra, Berlino, Parigi e San Francisco. E guardiamo con attenzione anche al Medio ed Estremo Oriente».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Le sfide dell'hi-tech e dell'internazionalizzazione

Realtà virtuale e big data «aumentano» le filiere

Gli insediamenti delle oltre 2.400 multinazionali estere in Emilia-Romagna stanno disseminando competenze tecnologiche di elevato profilo fra i giovani e fra le imprese locali fornitrici e partner

Ilaria Vesentini

L'imminente arrivo della californiana Eon Reality, leader globale della realtà virtuale aumentata, nel nuovo Worklife innovation hub alle porte di Bologna ben riassume la strada che la Regione Emilia-Romagna ha scelto di intraprendere per contemperare lo sviluppo economico e quello sociale: attrarre e agevolare gli investimenti - esteri e non - vincolandoli alla creazione di occupazione, competenze e attività di ricerca e innovazione. L'obiettivo è mettere a sistema in modo sinergico la rete territoriale di scuole e di poli tecnologici, vecchia manifattura e nuovi business e startup digitali, nonché tutto l'indotto lungo le filiere produttive.

«Siamo una regione che è riuscita a mantenere quasi intatta la forza delle filiere negli anni della crisi e ora dobbiamo stare attenti a non disperdere un patrimonio indispensabile per arrivare alla personalizzazione del prodotto finito, mantra dell'industria 4.0, governata dai big data e dal digitale; nessuna multinazionale potrà offrire al cliente un prodotto su misura se alle spalle non ha una catena di fornitura affidabile e di qualità», spiega l'assessore regionale alle Attività produttive, Palma Costi. Per cui largo agli investimenti di frontiera, ma senza lasciare indietro i saperi tradizionali e artigiani, che fanno del sistema economico emiliano-romagnolo un unicum nel panorama nazionale, sempre in una logica di coesione territoriale e intergenerazionale che sta portando il Patto per il lavoro verso il nuovo Patto per i giovani.

Margini di miglioramento ce ne sono. I dati sulle imprese e sulle dinamiche della via Emilia confermano che la salute della regione (record in Italia per crescita del Pil con un +1,8% atteso quest'anno, export a +6,8, disoccupazione scesa sotto il 6,5%) non è legata ai giovani. Anzi, se per giovani si intendono gli under 35, dai dati del centro studi Unioncamere emerge che sia per quota di imprenditori giovani (6,9% del totale) sia per dipendenti giovani (3,4%), l'Emilia-Romagna è sotto la media nazionale, che ha rispettivamente valori del 9,1% e del

5%. «Numeri che riflettono però la solidità dell'economia emiliano-romagnola - commenta il direttore del centro studi camerale, Guido Caselli - con imprese che offrono buone e stabili opportunità di lavoro ai giovani, meno inclini quindi a tentare avventure imprenditoriali in proprio». Più difficile trovare un buon posto di lavoro per gli stranieri: non a caso il 30% di imprenditori giovani sono di nazionalità non italiana.

«La prima lettura da fare - commenta Pietro Ferrari, presidente di Confindustria Emilia-Romagna - è che l'ossatura della regione è costituita da imprese prevalentemente manifatturiere con prodotti consolidati, che fanno innovazione all'interno e per le quali il know-how e l'esperienza sono strategici per salvaguardare l'eccellenza del prodotto. Parliamo poi di imprese familiari, dove l'invecchiamento della proprietà, tra un passaggio generazionale e l'altro, è anche sinonimo di relazioni forti e di grande fedeltà aziendale anche tra le persone che vi lavorando. Senza considerare che di giovani tecnici qualificati abbiamo una grande scarsità in regione. Siamo affannosamente alla ricerca di nuovi profili 4.0, ma non possiamo dimenticare che, per quanto allineata per competitività ai migliori Länder tedeschi, questa terra fatta di filiere tradizionali non può paragonarsi alla Silicon valley per opportunità da offrire ai talenti internazionali».

La stessa Regione ha avviato dal 2015 un progetto per portare i giovani startupper in California e spingere la contaminazione con l'avanguardia informatica del Golden State (il presidio fisso nella Silicon valley gestito da Aster è l'unico italiano). Così come sta lavorando per realizzare sotto le Due Torri l'hub europeo dei big data, facendo convergere all'interno del nuovo Tecnopolo (nell'ex Manifattura tabacchi) il data center del centro meteo europeo Ecmwf e l'enorme capacità di calcolo e di storage di dati che già oggi c'è e vale oltre il 70% del totale nazionale.

Le infrastrutture attorno alle imprese sono buone, dal sistema formativo-scolastico alle multiutility fino ai trasporti e sono il plus che attrae gli investitori internazionali. Come ha confermato David Scowsill, ceo di

Eon Reality, presentando l'investimento da 24 milioni di euro per il nuovo centro digitale interattivo di Casalecchio di Reno, che aprirà il prossimo ottobre, dove lavoreranno 160 giovani con alte competenze (l'Academy interna sta già concludendo accordi con gli atenei emiliani per formare profili esperti in realtà aumentata e intelligenza artificiale). «In regione - ha detto Scowsill - vediamo una grande opportunità di trasferire la conoscenza delle competenze locali alla comunità globale. Questo centro garantirà all'Emilia-Romagna di rimanere all'avanguardia nell'innovazione ed è un investimento per le future generazioni».

Sono oltre 2.400 le imprese multinazionali con sede legale in Emilia-Romagna e quasi il 60% dei volumi di export della regione è legato a imprese che hanno legami formali all'estero. La Legge regionale per l'attrattività che ha richiamato ora Eon Reality, sta facendo la sua parte nell'attivare capitali: solo con il primo bando del 2016 ha già richiamato 13 progetti per 126 milioni di investimenti e 1.200 nuovi posti di lavoro (da Lamborghini e Ducati a Ynap, Teko Telecom e B. Braun Avitum). Il modello di sviluppo aperto è anche un monito a misurare sempre i 22.451 kmq della via Emilia su un mercato mondiale che è 6.663 volte più grande. Dove l'eccellenza in nicchie manifatturiere che contraddistingue storicamente distretti e filiere tra Piacenza e Rimini - dal food, con il record di Dop e Igp, alle supercar, dal packaging alla ceramica fino al biomedicale - ha bisogno di un grande lavoro di squadra alle spalle per orchestrare strategie promozionali e commerciali capillari. I vecchi campanilismi, duri a morire, che riempiono le cronache economiche regionali suonano fuori dal tempo.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



IL NUMERO

71,4%

Imprese in crescita coi big data

Quasi tre aziende su quattro (71,4% delle risposte) riescono ad aumentare la produttività o ricavi e a sviluppare nuovi processi e prodotti grazie all'utilizzo dei big data. È il risultato dell'indagine Nomisma commissionata da Aster e Regione. Nel manifatturiero i big data sono utilizzati perlopiù per effettuare analisi di mercato e della clientela (83,3% delle risposte)

EON REALITY



Dalla California a Bologna

La leader della realtà aumentata aprirà il Centro digitale interattivo a Casalecchio di Reno, con un investimento da 24 milioni (6,3 dei quali dalla Regione grazie alla legge sull'attrattività): 160 le assunzioni

IBM ITALIA



Big Blue all'ombra delle Due Torri

Guarda a Bologna anche Ibm Italia, che nel capoluogo regionale vorrebbe realizzare un centro di ricerca su Active intelligence e tre progetti di ricerca e sviluppo relativi all'intelligenza artificiale

PHOTO COURTESY BY FONDAZIONE PER L'INNOVAZIONE URBANA



Pronto nel 2019.

Il Tecnopolo di Bologna (nell'immagine, il rendering 3D del progetto) ospiterà anche il Centro europeo per le previsioni meteorologiche



Modenese. Palma Costi è assessore alle attività produttive, al piano energetico, all'economia verde e alla ricostruzione post-sisma

La cyber-fragilità dell'internet delle cose

Gli oggetti connessi
sono un problema in caso
di attacchi con malware

INDUSTRIA 4.0

Enrico Netti

BERGAMO

Come applicare le best practice della cyber sicurezza all'industria 4.0. È stato questo il tema della prima giornata di Incom2018 - Information control problems in manufacturing - in corso fino a mercoledì a Bergamo organizzato dalla locale Università degli Studi e dal Politecnico di Milano. «Chi attacca non mira solo ai nostri dati e le infrastrutture ma sempre più punta a colpire la nostra percezione della realtà con campagne che ci "informano" in maniera alterata o ci disinformano» ha detto durante la sessione plenaria Esti Peshin, Vice presidente e General manager della Cyber division dell'Israel aerospace industries, una dei massimi esperti mondiali della materia. Così l'Internet delle cose (IoT), secondo Esti Peshin, rischia di trasformarsi in una minaccia alla luce degli oltre 6 miliardi di oggetti oggi connessi che diventeranno oltre 20 nel 2020. Se da un lato permette alle aziende di gestire al meglio la loro catena del valore, dalla progettazione di prodotto sino alla vendita e gestione di servizi al cliente, dall'altro pone un enorme problema potenziale e reale in termini di minacce informatiche nel caso di attacchi di malware e ransomware. «Ci sarà un effetto moltiplicatore e uno dei problemi sarà proprio la loro connettività perché non si è mai certi delle proprie difese» rimarca la top manager. Da qui la necessità di un approccio cooperativo sempre più sofisticato. «È molto più difficile difendere che attaccare i sistemi - ricorda Roberto Pinto, docente del dipartimento Management, information e production engineering dell'università di Bergamo - e i produttori di soluzioni IoT dovrebbero prestare più attenzione affrontando il problema in modo trasversale».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



A giugno l'Ifiit rallenta

Telecomunicazioni, automotive e acciaio tra i segmenti più dinamici

Nel mese di giugno l'Indice di fiducia sugli investimenti in innovazione tecnologica (Ifiit), accreditato al ministero dello Sviluppo economico e all'Agenzia per l'innovazione, flette leggermente scivolando a 38,20 punti, restando così appena sopra la linea di supporto dei 38 punti che si manifesta da circa dodici mesi. "Il flebile ritracciamento della fiducia trova la sua ragione nel clima di rallentamento dell'economia europea a seguito della politica americana che spinge su leve protezionistiche, dazi e sanzioni. A ciò si aggiunge la complessità dello scenario monetario, con i primi segnali di cambiamento di rotta da parte della Bce, che potrebbe annunciare a breve la riduzione del QE". E' quanto si legge, tra l'altro, nel report redatto dal panel di operatori qualificati ed esperti accademici e curato dal giornalista economico della Rai Paolo Gila. "In termini domestici, infine, il cambio di governo induce a riflessioni per valutare quanto resterà della politica di incentivazione alla competitività aziendale che il Progetto Industria 4.0 ha dato al Paese negli ultimi due anni".

Tra i settori più dinamici vanno segnalati quelli delle telecomunicazioni, dell'automotive e dell'acciaio. Il primo è impattato dall'arrivo di un nuovo competitor con basse tariffe come Iliad in un clima di evoluzione verso i 5G di standard, il secondo è contrassegnato dall'impetuoso sviluppo dei progetti di auto elettrica senza conducente (dove anche la FCA ha annunciato di entrare) e il terzo, infine, è titubante per la questione Ilva e per la politica commerciale di Trump. A cascata queste incertezze si ripercuotono su diverse filiere e/o distretti collegati, con l'effetto di indurre a una generale e maggiore prudenza. Il quadro della propensione a investire in innovazione in Italia resta però abbastanza intonato, grazie alla conferma della crescita del Pil, sia per il 2018 e sia per il 2019.

(riproduzione riservata)



Paolo Gila, giornalista economico-finanziario, ideatore dell'indice Ifiit



Il polo di Napoli

Almaviva scommette sulla «new technology» Digitaltec ora assume

La strategia è chiara: puntare sulle nuove tecnologie e accelerare sulla divisione «new technology» (Almawave) che fino a ora rappresenta il 2% del fatturato (dati 2017) contro il 48% di Almaviva e il 50% di Contact. Almaviva va avanti con la diversificazione: dopo il caso dei 1.666 licenziamenti e i vari fronti sindacali aperti nei call center da Palermo a Roma, Marco Tripi, amministratore delegato del gruppo, ha lanciato Digitaltec, una nuova società con cuore e torre di controllo a Napoli. Che si propone di diventare un centro dell'eccellenza digitale nel Mezzogiorno.

Da qui vuole ripartire Almaviva sviluppando soluzioni innovative per la cybersecurity, la blockchain e la trasformazione digitale di aziende e organizzazioni che basano su questo paradigma la loro crescita. Per il 2018 l'obiettivo è il pareggio del risultato operativo con una previsione di fatturato di 5 milioni di euro che nella fase iniziale sarà sviluppato prevalentemente su attività intercompany. Per riuscirci, la società ha assunto il mese scorso 100 persone con l'obiettivo di arrivare entro la fine dell'anno a 230 persone in organico (100 esperti e 130 junior). La strategia di *recruiting*, spiegano dall'azienda, «vuole selezionare giovani talenti a livello regionale e nel Centro-Sud». «Stiamo realizzando uno Smart Digital Workplace che favorisce condivisione, creatività ed efficienza e puntiamo —

spiega Antonio Amati, amministratore unico di Almaviva Digitaltec — su persone e team capaci di dare forma concreta alle smart solution».

Almaviva non è la prima azienda che sceglie Napoli come sede di sviluppo per progetti hi-tech. Basti pensare alla Apple Academy a San Giovanni a Teduccio, quartiere della periferia orientale che per oltre cinquant'anni è stato il fiore all'occhiello del Mezzogiorno industriale. La palestra di Cupertino ha l'obiettivo di formare ragazzi che dovranno poi inventare app e ha da poco aperto il nuovo bando per 400 studenti. Nella stessa zona del capoluogo campano la Federico II ha inaugurato un nuovo polo scientifico universitario dove ospita gli studenti di ingegneria per fare in modo che il mondo accademico e della formazione possa essere più collegato al tessuto industriale. E sempre a Napoli Cisco, leader a livello mondiale nei settori del networking e dell'IT e colosso della Silicon Valley esattamente come Apple, ha deciso di investire per un nuovo hub dedicato alla formazione 4.0.

Corinna De Cesare

© RIPRODUZIONE RISERVATA

5

milioni
la previsione
di fatturato
del 2018
di Digitaltec



Chi è

Marco Tripi, amministratore delegato del gruppo, ha lanciato Digitaltec



Il Cipe a Giorgetti, la delega tlc resta a M5S

Castelli e Garavaglia vice al Mef, Brambilla al Lavoro per la previdenza

Barbara Fiammeri
Laura Serafini

ROMA

Sarà Giancarlo Giorgetti ad avere in mano le chiavi del Cipe. Dal sottosegretario alla presidenza del Consiglio e braccio destro di Matteo Salvini passeranno quindi tutti i dossier sul finanziamento delle grandi opere infrastrutturali. Un ruolo meno visibile di quello di un ministro ma con un peso enorme. Per controbilanciarlo la competenza sui fondi di coesione Ue sarà affidata alla ministra per il Sud Lezzi e non, come si era detto in prima battuta, al ministro per gli Affari europei Paolo Savona. Anche la Lezzi però dovrà fare i conti con il Cipe visto che il cofinanziamento dei programmi nazionali viene comunque deciso a Palazzo Chigi. Accordo fatto anche sui viceministri dell'Economia. Saranno la pentastellata Laura Castelli e il leghista Massimo Garavaglia mentre Stefano Buffagni (M5s) sarà sottosegretario con delega alle partecipate. La decisione verrà ufficializzata in settimana al prossimo Consiglio dei ministri.

Continua invece a ballare il nome

del futuro direttore generale del Mef. Fonti politiche danno per fatto l'accordo su Antonio Guglielmi, capo dell'equity market di Mediobanca, le cui posizioni fortemente euroscettiche mal si conciliano però con le rassicurazioni fornite domenica nell'intervista al Corriere della Sera dal ministro dell'Economia Giovanni Tria.

Una partita quella sul Mef che si intreccia inevitabilmente anche con il rinnovo dei vertici di Cassa depositi e prestiti. Tant'è che si sta valutando uno slittamento della presentazione delle liste direttamente al 28 giugno, quando l'assemblea è indetta in seconda convocazione. L'ipotesi è la presentazione di una lista unica, tra ministero dell'Economia e fondazioni, e questa procedura consentirebbe di presentare la lista direttamente il giorno dell'assemblea. Tra i papabili, per la poltrona dell'ad, restano in corsa Dario Scannapieco (vicepresidente Bei), Fabrizio Palermo (cfo di Cdp), mentre il niet dei 5 Stelle ha fatto perdere quotazioni alla candidatura di Massimo Sarmi («non rappresenta il cambiamento», ha detto ieri il deputato Stefano Buffagni). Alla Lega andrà un viceministro allo Sviluppo per la previdenza (Alberto Brambilla) mentre le Tlc - come ha fatto capire ieri lo stesso Salvini - potrebbero rimanere in capo a Di Maio.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Da definire il nome del futuro direttore generale del Mef e il rinnovo dei vertici di Cdp



Delega al Cipe
Dal sottosegretario alla presidenza del Consiglio, Giancarlo Giorgetti, passeranno i dossier sul finanziamento delle grandi opere



Azienda e sindacati

Telecom, si tratta sugli esuberanti Sul tavolo l'opzione della solidarietà

Il secondo livello

L'ipotesi di una garanzia per un tavolo per la contrattazione di secondo livello

ROMA Al tavolo si lavora per chiudere l'accordo. Il negoziato per definire la gestione di 4.500 esuberanti in Tim è proseguito fino a tarda sera nelle stanze del ministero del Lavoro. Dopo un muro contro muro tra azienda e sindacati il punto di caduta della trattativa sembra essere stato individuato con l'adozione dello strumento dei contratti di solidarietà, anziché la cassa integrazione straordinaria.

Nel pacchetto oggetto della possibile intesa tra il gruppo telefonico e le sigle sindacali figura, inoltre, la garanzia per l'avvio di un tavolo destinato alla contrattazione di secondo livello, già disdetta in modo unilaterale da parte di Tim. L'avvio della procedura per la cassa integrazione risale a metà maggio, quando attraverso una lettera Tim ha comunicato al ministero del Lavoro l'intento di ricorrere allo strumento della cigs, con l'obiettivo di fare fronte agli esuberanti individuati dal piano di ristrutturazione presentato alla fine del 2017 dall'ammini-

stratore delegato Amos Genish.

Un piano dai numeri stringenti sul versante del personale: 6.500 uscite volontarie (ricorrendo a prepensionamenti e incentivi), circa 3.500 riqualificazioni e 2 mila nuove assunzioni da finanziare con la cosiddetta solidarietà espansiva. Quest'ultima misura proponeva la riduzione dell'orario di lavoro di 20 minuti ogni giorno per i 30 mila dipendenti del gruppo Tim.

Uno scenario e un percorso che i sindacati hanno bocciato, contestando in particolare lo strumento della solidarietà espansiva. Tanto che di fronte alla indisponibilità dei rappresentanti dei lavoratori l'azienda guidata da Genish ha puntato sul ricorso alla cassa integrazione, una procedura che non richiede un accordo preventivo con gli stessi sindacati. Un serrato negoziato, insomma, che nelle ultime ore pare essersi incardinato sul binario di un possibile accordo, stante la disponibilità di Tim all'utilizzo dei contratti di solidarietà e all'apertura sulla contrattazione di secondo livello.

An.Duc.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Amos Genish, 58 anni, amministratore delegato e direttore generale del gruppo Tim



I piani di Tim

Terminata la "battaglia" Genish lavora sulla rete

Il titolo è molto sotto i livelli di tre mesi fa, al clou dello scontro Elliott-Vivendi, ma ha i mezzi per recuperare

ANDREA GIACOBINO

Sono passati tre mesi da quando a metà dello scorso aprile il fondo speculativo Elliot entrò con un primo 5% in Tim. L'azione del gruppo tlc, il cui consiglio d'amministrazione era allora controllato dalla Vivendi di Vincent Bolloré, valeva allora in borsa circa 0,80 euro. Ieri il titolo ha chiuso a 0,69, ben al di sotto del livello dell'inizio della guerra ma anche di gran lunga lontano dagli 0,85 euro toccati quando a inizio dello scorso maggio Elliott, la cui quota potenziale era salita nel frattempo al 13%, riuscì a far eleggere un nuovo consiglio presieduto da Fulvio Conti grazie al fondamentale appoggio fornito nell'assemblea dei soci dalla Cassa Depositi e Prestiti che nel frattempo aveva comprato il 5% di Tim. Si può dunque affermare che l'effetto rialzista dell'entrata nel capitale di un fondo "attivista" come quello guidato da Paul Singer è già finito e, con esso, l'"appeal" speculativo.

Un male per gli azionisti di Tim? Sì nell'immediato, non in un arco di tempo più lungo, perché il gruppo è alla vigilia di operazioni importanti. Giovedì scorso AgCom, l'autorità per il controllo delle telecomunicazioni, ha dato il suo primo benestare al progetto di societizzazione della rete

presentato da Amos Genish, l'amministratore delegato di Tim che pur nominato da Bolloré curiosamente va per ora benissimo anche a Elliott e Cdp. Il parziale semaforo verde dell'authority alla nascita della società della rete prevista per il prossimo gennaio è significativo se si pensa che a settembre dello scorso anno proprio AgCom aveva imposto a Bolloré l'aut-aut fra la sua quota del 25% in

Tim e quella del 29% di Mediaset che nel frattempo aveva rastrellato. E nel frattempo Tim ha incassato anche la decisione del Tar del Lazio di sospendere per ora il pagamento della maxi multa di 74,3 milioni inflitta per il Golden power dalla Presidenza del Consiglio

a Tim per la violazione degli obblighi relativi alla normativa sui poteri speciali legata alla mancata comunicazione da parte del socio Vivendi dell'assunzione del controllo di fatto del gruppo.

Insomma, sembra che il gruppo tlc abbia trovato con la politica un rapporto meno conflittuale. Cessato l'effetto speculativo, ora Genish dovrà lavorare pancia a terra per dare corpo al suo piano industriale e varare la società della rete. La sola operazione che – al netto di un eventuale successivo matrimonio con Open Fiber – potrà innescare un ben più duraturo rialzo del titolo.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Prysmian vara il nuovo assetto globale

«Ora la priorità è il governo del debito»

CAVI

Il ceo Battista presenta la road map del gruppo dopo la fusione con General Cable

Il target è portare l'Ebitda dagli attuali 900 milioni a oltre un miliardo in 3 anni

Monica D'Ascenzo

Centosessantaquattro disposizioni. Quattrocantocinquanta senior manager interessati nella riorganizzazione del gruppo. La giornata di ieri in Prysmian è stata epocale, con la nascita del nuovo gruppo solo a una settimana dal closing dell'acquisizione dell'americana General Cable. «Come è già avvenuto con l'olandese Draka, in caso di fusioni non esistono persone Prysmian e non Prysmian. Guardiamo al merito e scegliamo i migliori talenti» commenta con *Il Sole 24 Ore* il ceo Valerio Battista. E la scelta di cui parla è stata fatta con il supporto di esperti esterni, quali Korn Ferry, e ha portato Massimo Battaini a diventare il capo del Nord America; Juan Mogollon a capo del centro Sud America del gruppo; e l'indiano Srinji Siripurapu a nuovo capo della ricerca sviluppo. E tutti e 450 saranno lunedì prossimo a Milano, headquarter del gruppo, per un allineamento sugli obiettivi comuni. Obiettivi che avranno tre direttrici, secondo Battista: «Nuova organizzazione, mantenimento dei livelli dei ricavi e generazione di cassa». E ognuno sarà chiamato a fare la propria parte.

Il nuovo gruppo

«Si tratta di due realtà molto complementari. General Cable apporta al gruppo una presenza in Nord America importante, ci permette di

raddoppiare in Sud America e ci apre il mercato del Centro America. In Europa ci sono alcune sovrapposizioni fra i due gruppi, ma riteniamo di poterle gestire. Inoltre a livello industriale General Cable è attiva nel segmento cavi sottomarini per le telecomunicazioni. Si tratta di un business di piccole dimensioni, ma in cui Prysmian non è attualmente presente» osserva Battista, sottolineando poi: «È qualche anno che pensiamo sia importante per il gruppo ribilanciare la propria presenza geografica e questa operazione ci permette di farlo al punto che un terzo dei circa 11 miliardi di euro del fatturato aggregato, è realizzato in Nord America».

A proposito di Nord America, i dazi decisi da Donald Trump su alluminio e acciaio o quelli minacciati su altri beni possono avere effetti sui conti di Prysmian? «I cavi sono un prodotto pesante, che non si trasporta su lunghe distanze se non in casi eccezionali. Di conseguenza è necessario essere abbastanza vicini al mercato che si fornisce. Non ha molto senso produrre in Europa per esportare in Usa. D'altra parte il nostro azionariato è anglo americano per il 50% e anche se siamo italiani per giurisdizione non siamo percepiti come un'azienda straniera. Siamo una vera multinazionale» sottolinea Battista, che sul piano di investimenti in infrastrutture annunciato dall'amministrazione Trump è cauto: «Quello che sembra essere uno degli obiettivi dell'amministrazione Trump è il potenziamento delle infrastrutture per l'energia. Nel Nord America siamo leader di mercato dei cavi per le reti elettriche di media tensione, quindi se il mercato sale non potremo non vederne gli effetti».

La road map

Ma quali sono gli obiettivi del gruppo più a breve, per l'esercizio in corso? «Daremo le stime dopo la semestrale del gruppo combinato, presumibilmente ai primi di settembre per consolidare i dati finanziari. A quel punto daremo una visione del gruppo combinato e degli obiettivi. Partiamo da ricavi per 11 miliardi e un margine operativo lordo (Ebitda) da 900 milioni circa. Il target sarà quello di arrivare sopra il miliardo nell'arco di due o tre anni» spiega il ceo, che nell'immediato punta sulle sinergie: «Abbiamo stimato 150 milioni di euro di sinergie in tre anni: dobbiamo fare la pulizia organizzativa che richiederà un paio d'anni e gli effetti si vedranno nel terzo anno; abbiamo le efficienze a livello di acquisti, su cui abbiamo appena ricevuto i risultati della due diligence; per quel che riguarda la razionalizzazione degli stabilimenti i tempi saranno invece un po' più lunghi, ma le sovrapposizioni non sono molte».

Il gruppo post fusione ha una posizione finanziaria netta di 3,2 miliardi di euro «prima dell'aumento di capitale che ci porterà sotto i 3 miliardi. Dobbiamo lavorare per ridurlo e questa è la priorità numero uno» chiosa Battista. Su eventuali nuove acquisizioni, infine, l'ad ha sottolineato che «proprio l'altra sera abbiamo fatto una riunione e abbiamo fatto il punto sui dossier cancellandone tre quarti. Con la posizione finanziaria che abbiamo e con la concentrazione del team sulla riorganizzazione, abbiamo tenuto solo qualche potenziale acquisizione più avanzata che continuiamo a perseguire, ma di piccole dimensioni». Prossimo appuntamento ora il 19 giugno con i 450 manager, che arriveranno a Milano da tutto il mondo e da lì «si dispiegano le vele».

m.dascenzo@ilssole24ore.com

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Prysmian nel mondo



112

Totale stabilimenti

+50

Paesi

25

Centri ricerca e sviluppo

30 mila

Dipendenti

11 miliardi

Fatturato annuo

Fonte: Prysmian

IMAGOECONOMICA



Pensiamo sia importante per il gruppo ribilanciare la propria presenza geografica

Valerio Battista

AMMINISTRATORE DELEGATO

BATTAGLIE**Mincione sale
al 25% di Retelit
Pronto a chiedere
stop alle delibere***(Follis a pagina 15)*

IN CRESCITA I VOLUMI DI SCAMBIO SUL TITOLO, CHE IERI HA CHIUSO IN RIALZO DEL 5,8%

Mincione sale al 25% di Retelit*Dopo il golden power l'obiettivo
è annullare assemblea e delibere
del cda e convocare di nuovo i soci***DI MANUEL FOLLIS**

Lo scontro su Retelit entra nel vivo e lo dimostrano i volumi di scambio sul titolo (ieri sono passati di mano oltre 2 milioni di azioni), nettamente più alti rispetto a quelli degli ultimi giorni. La cordata capitanata da Raffaele Mincione, Luca Cividini e Stefano Giorgetti sarebbe già salita al 25% e sarebbe pronta a chiedere la nullità delle ultime delibere assembleari e a convocare una nuova assemblea, nell'ambito della quale presentare una nuova lista all'insegna dell'italianità. Certo, manca l'ufficialità e in queste ore i legali sono al lavoro per trovare i termini giusti, ma l'obiettivo è quello.

Tutto è partito dalla richiesta di utilizzo del golden power da parte del governo, una mossa che ha fatto sorridere e/o indispettare alcuni osservatori, visto che Giuseppe Conte prima della sua nomina a presidente del Consiglio aveva scritto (in qualità di avvocato) un parere in favore della cordata Fiber 4.0, quella del finanziere Mincione, uscita poi sconfitta dall'assemblea del 27 aprile scorso.

Al di là dei commenti o dell'opportunità di varare il golden power quasi come primo atto del governo, resta il fatto che la situazione in Retelit si sta scaldando e lo dimostra l'attività sulle azioni. Il titolo è passato dagli 1,655 euro di giovedì scorso alla chiusura di 1,579 di venerdì, per poi tornare ieri a quota 1,671 euro, in rialzo del 5,83%. Secondo quanto risulta a *MF-Milano Finanza*, la cordata Mincione starebbe arrotondando la propria quota nella società di infrastrutture tlc e complessi-

vamente (assieme alla famiglia Pretto) dovrebbe ora detenere una partecipazione del 25% circa (contro il 19,2% con cui la cordata si era presentata in assemblea). Adesso, dopo il varo del golden power, l'obiettivo è quello di invalidare l'assemblea e gli atti consiliari che ne sono seguiti. Gli avvocati sarebbero al lavoro proprio per studiare la situazione e verificare la possibilità di un'azione di questo tipo con l'obiettivo finale di convocare una nuova assemblea schierando una lista forte all'insegna dell'italianità. Il messaggio che si vuole far passare è che a causa degli effetti del golden power la strategia di acquisizioni annunciata dall'attuale top management (il presidente Dario Pardi e l'ad Federico Protto) non sarebbe percorribile. Qualcuno fa notare che ciò varrebbe anche se a Mincione riuscisse il ribaltone, perché la società sarebbe comunque soggetta al golden power e quindi le acquisizioni sarebbero sempre complesse. Vero, anche se c'è chi fa notare che sarebbe dirimente la presenza nell'azionariato (con espressione di membri del cda) di un socio libico.

Sullo sfondo c'è comunque la salute industriale e finanziaria di una società la cui storia degli ultimi anni è quella di un turnaround di successo. Un lavoro che potrebbe ancora essere messo alla prova degli attriti fra azionisti. (riproduzione riservata)



Raffaele Mincione

