Rep

A&F

Affari&Finanza

Settimanale allegato a
la Repubblica
Anno 37 - n° 4

Lunedì, 31 gennaio 2022

I mercati

Gli hedge fund deludono ancora ma con i ribassi sperano nella rimonta
VITTORIA PULEDDA → *pagina 8*

Le star degli investimenti

Il vecchio e il nuovo di Wall Street nel duello tra Buffett e Cathie Wood
ARTURO ZAMPAGLIONE → *pagina 9*

I piani di Fifa e Uefa

Giro di vite su prestiti e procuratori il calcio prova a darsi nuove regole
FRANCO VANNI → *pagina 10*

Geopolitica

Tra Pechino e Mosca un'amicizia all'insegna degli affari
GIANLUCA MODOLO → *pagina 14*

La tempesta perfetta

GETTY IMAGES

FLAVIO BINI

Con Omicron crollano i passeggeri su aerei, treni e bus. Proprio nei mesi in cui il caro-carburante fa impennare i costi delle aziende dei trasporti

Le schiarite tra l'estate e l'autunno sono sparite in fretta: per il settore dei trasporti l'inverno è più lungo e rigido del previsto. I segnali di ripartenza osservati dopo il via della campagna vaccinale si sono scontrati con una nuova e inattesa perturbazione. Da una parte la diffusione della variante Omicron, che ha caricato una nuova zavorra sulle intenzioni dei viaggiatori, dall'altra l'esplosione del costo dell'energia, che ha indebolito aziende già piegate da quasi due anni di operatività a scartamento ridotto. Terra e cielo, per una volta, sono allineati. Dal traffico aereo a quello su strada, la tempesta perfetta non risparmia nessuno. La fotografia più aggiornata sullo stato dei cieli è scattata da Eurocontrol, l'organizzazione intergovernativa che fa da super controllore del traffico aereo in Europa. I numeri parlano chiaro: presi dieci aerei che erano in volo nel 2019, ad aprile 2020 ne era rimasto soltanto uno.

continua a pagina 2 →

con un servizio di **ALDO FONTANAROSA** → *pagina 4*

Wall Street

Big Tech scivola in Borsa ma questo non è il 2001

BENIAMINO PAGLIARO

La caduta dei Fang è un evento atteso, annunciato, e obliquo. Chi avesse messo 100 dollari sull'indice Fang (Facebook, Amazon, Netflix, Google) a Wall Street, la crema dei tecnologici Usa, il primo gennaio, oggi ne avrebbe in tasca 85. Meno 15 per cento dall'inizio dell'anno.

pagina 6 →

con una analisi di **MARIO PLATERO** → *pagina 7*

Il commento

FRANCESCO MANACORDA

NON SI VOLA IN SOLITUDINE

"Torna a Surriento", magari approdando poi anche a Francoforte sul Meno. Già, perché nella storia di Alitalia, adesso trasformata in Ita, la novità apparente è che a farsi avanti è un imprenditore campano, in abbinata con una Lufhtansa che pare sufficientemente risanata da provare un'espansione in Italia.

pagina 12 →

L'analisi

OSCAR GIANNINO

SENZA IMMIGRATI NON C'È CRESCITA

Domanda: se si vuole crescere, come si fa a reggere 200mila occupati in meno per anni ogni anno, grazie all'abisso della curva demografica? Tra i tanti quesiti irrisolti dell'equazione italiana, questo ha una forza strutturale che solo ciechi o malfidati possono ignorare.

pagina 13 →

Frontiera Fintech

BENEDETTA ARESE LUCINI

FONDI ESG AL TEST DELLA PAZIENZA

Quando si parla di investimenti, è sempre più attuale parlare di fondi o strategie cosiddette Esg, che considerano investimenti solamente in aziende attente a temi ambientali, sociali e di governance. Gli investitori italiani oggi in media hanno 35 anni, un numero molto inferiore ai 48 di media di dieci anni fa.

pagina 13 →

SPEDIZIONE IN ABBONAMENTO POSTALE ART. 1, LEGGE 46/04 DEL 27 FEBBRAIO 2004 ROMA - SUPPLEMENTO DI ECONOMIA, INVESTIMENTI E MANAGEMENT A "IL LUNEDÌ DE LA REPUBBLICA"

La mobilità in crisi

Omicron e i prezzi dei carburanti i trasporti ancora in ginocchio

FLAVIO BINI

Dopo la ripresa della scorsa estate, il nuovo crollo dei passeggeri di aerei, treni e autobus si combina con l'impennata dei costi dovuta al caro-energia: più 74% sul 2021 per i velivoli, più 33% per il gasolio

G. MARAVIGLIA/BLOOMBERG/GETTY

1

→ segue dalla prima

Nell'estate dello scorso anno, circa otto su dieci erano tornati a volare ma a gennaio, con l'esplosione di Omicron in tutto il mondo, atterra e decolla il 36,3% dei voli rispetto allo stesso periodo del 2019. Un aereo su tre è sparito dai radar. Guardando al dato passeggeri i numeri sono ancora più pesanti. Secondo Assaeroporti gli scali italiani hanno chiuso il 2021 con 80,7 milioni di passeggeri, segnando un calo del 58,2% rispetto al 2019, quando ne erano transitati 193 milioni.

Meno aerei e ancora meno passeggeri significa per le compagnie un colpo alla redditività proprio mentre sono costrette a fronteggiare un'impennata senza precedenti del prezzo del carburante. Il fuel monitor della Iata, l'associazione che riunisce tutti i vettori aerei del mondo, mostra dati allarmanti. Al 21 gennaio, ultimo dato disponibile, il prezzo del carburante per i velivoli era in crescita del 15,7% rispetto al mese precedente e del 74% rispetto allo stesso periodo del 2021.

Le previsioni degli addetti ai lavori, almeno su questo fronte, non sono incoraggianti. «L'esplosione di Omicron mostra che la ripresa per gli aeroporti europei sarà nel segno della volatilità», annota l'analista di Standard & Poor's Annabelle Teo in un report dedicato proprio agli scenari sulla ripresa del traffico euro. «Per gli scali europei ci aspettiamo che il traffico passeggeri resterà quest'anno tra il 45% il 65% rispetto ai livelli del 2019, crescendo tra il 70 e l'85% nel 2023 con una ripresa completa che non potrà completarsi prima del 2025».

1 Tempi duri per i trasporti. Crollano i passeggeri e le stazioni si svuotano

A complicare ulteriormente la stretta tra crollo dei passeggeri e boom del prezzo del carburante ci si mettono anche le norme europee che obbligano di fatto i vettori a far decollare aerei quasi vuoti pur di consentire loro di presidiare i propri slot, seguendo la regola *Use it or lose it* (O lo usi o lo perdi). Prima dello scoppio della pandemia le regole Ue imponevano alle compagnie di effettuare almeno l'80% dei voli previsti a meno di perdere lo slot, dato poi tagliato al 25% durante il picco dell'emergenza e riportato al 50%, con la prospettiva di elevarlo al 64% a partire da marzo. Il risultato è che secondo una recente analisi di Greenpeace questo inverno ci saranno almeno 100 mila voli "fantasma", cioè vuoti o ben al di sotto della propria capacità e quindi non redditizi.

LA FRENATA DI BUS E PULLMAN

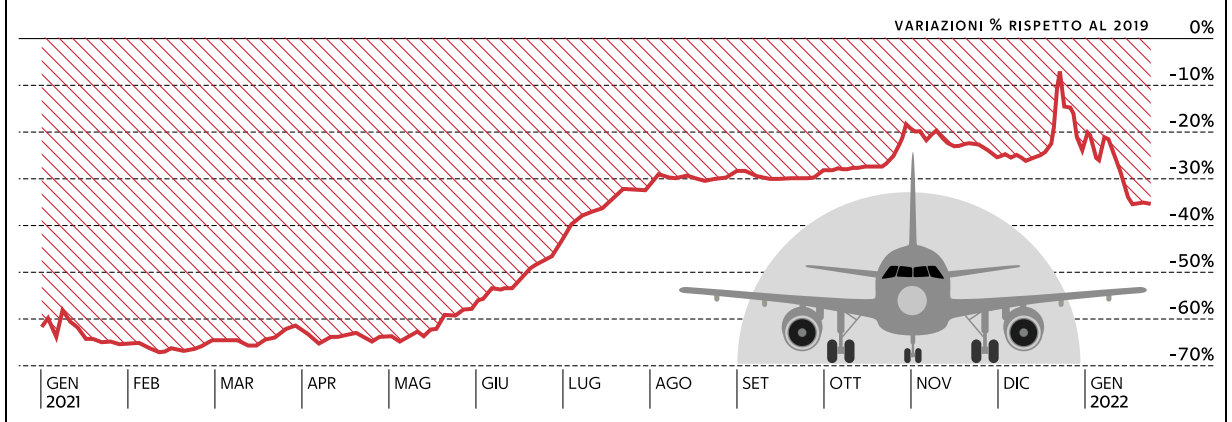
L'impennata dei prezzi dell'energia ha assestato un duro colpo anche al trasporto su strada, messo alle strette già dall'erosione di viaggiatori legato alla diffusione del virus. Secondo i dati del ministero della Transizione ecologica il prezzo del gasolio in poco più di otto mesi è cresciuto da 1,247 euro del 18 maggio a 1,647 del 24 gennaio, segnando una crescita del 33%. «Si tratta di un impatto rilevante per un settore, quello del trasporto viaggiatori su gomma, in cui il costo del carburante incide per il 20% ed è la seconda voce di costo totale dopo il personale», spiega Giuseppe Vinella, presidente di Anav, l'associazione della galassia Confindustria che raccoglie la maggior parte degli operatori del settore, tra trasporto pubblico locale e turismo.

Sul primo fronte, spiega l'asso-

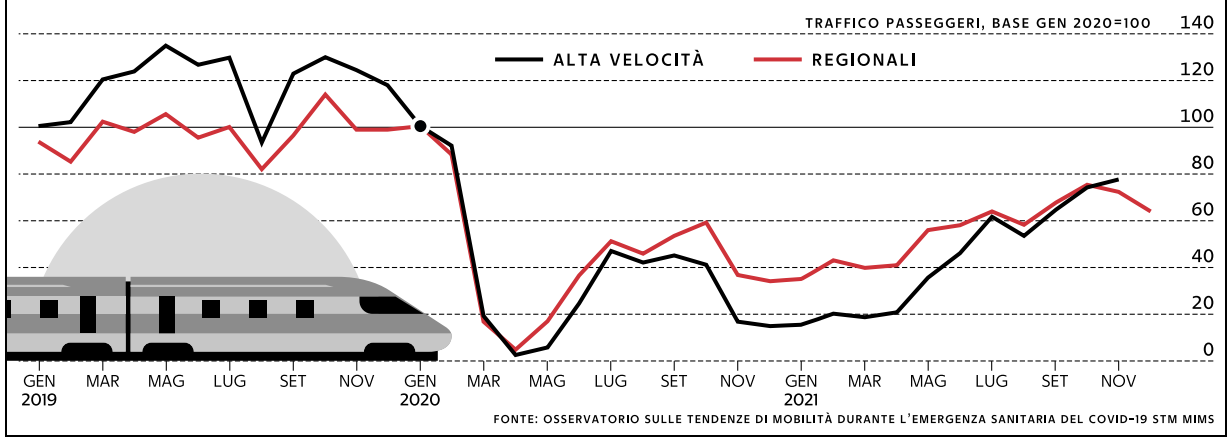
I numeri

Il calo del traffico aereo in Europa e di quello ferroviario in Italia

Percentuale dei voli in meno rispetto al pre pandemia e, sotto, i passeggeri sui treni regionali e AV



FONTE: EUROCONTROL



FONTE: OSSERVATORIO SULLE TENDENZE DI MOBILITÀ DURANTE L'EMERGENZA SANITARIA DEL COVID-19 STM MIMS

ciazione, il 2021 ha segnato un perdita di quasi 2 miliardi di euro di ricavi tra biglietti e abbonamenti. Le aziende sono riuscite a contenere il rosso facendo affidamento sui contratti di servizio degli enti locali, i cui introiti erano assicurati anche nei periodi più neri della pandemia quando le corse erano praticamente vuote. Un tracollo legato anche all'azzeramento di fatto del meccanismo dei controlli, reso necessario dalle procedure di sicurezza anti-Covid. Omicron ha poi colpito duramente anche sul fronte della carenza di personale, decimato dai nuovi contagi o dagli obblighi di isolamento. «Siamo in una situazione di grande difficoltà, con assenze di personale che toccano anche il 15%, soprattutto nelle regioni del Nord», prosegue Vinella.

È andata ancora peggio a tutto il segmento commerciale, messo letteralmente a terra dalla combinazione letale di crollo dei passeggeri da turismo e rincaro dei prezzi del carburante. «Lo scorso maggio avevamo assistito a una ripresa della domanda e sebbene la nostra rete non sia mai tornata ai livelli pre-Covid, siamo comunque riusciti a garantire un servizio capillare anche dopo il periodo estivo», spiega Andrea Incondi, managing director per l'Italia di Flixbus, gigante del settore con 80 aziende partner e 10 milioni di passeggeri trasportati nel 2019, prima dello scoppio della pandemia. «L'arrivo di Omicron ha segnato una cesura evidente: l'aumento dei contagi ha portato a una rapidissima contrazione della domanda, con ripercussioni inevitabili sulla pianificazione del servizio. Con l'inizio dell'anno, siamo stati costretti a ridurre del 30% la nostra rete di collegamenti in Italia». E la ripartenza sarà comunque lenta. «È ovviamente è quello che ci auguriamo, ma nel 2022 sarà difficile ritornare ai livelli pre pandemia», spiega ancora Incondi.

L'opinione

Flixbus ha dovuto ridurre di un terzo la rete in Italia Trenitalia ha tagliato 30 collegamenti ad alta velocità sui 230 giornalieri e anche Italo ha soppresso una trentina di treni al giorno

-58%

GLI AEROPORTI

Il 2021 si è chiuso con 80,7 mln di passeggeri negli aeroporti, in calo del 58% sul 2019

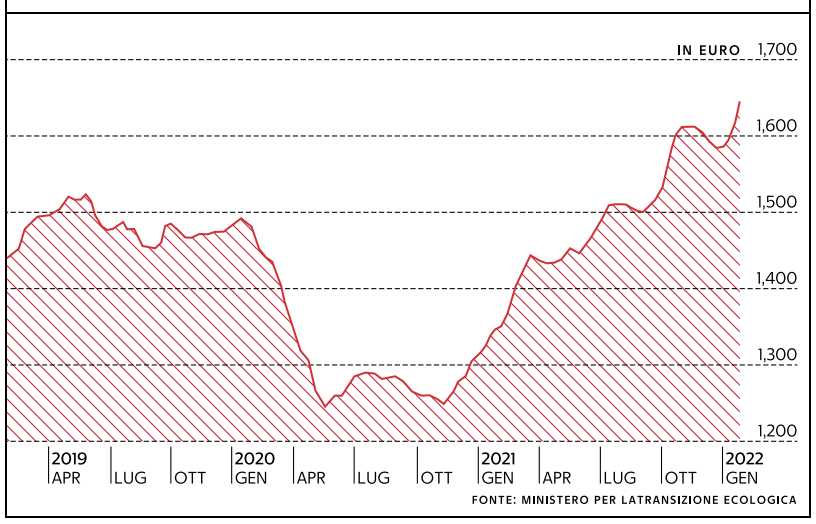
100k

I VOLI FANTASMA

In questo inverno saranno circa 100mila i voli vuoti o molto sotto la capacità

L'IMPENNATA DEL PREZZO DEL GASOLIO

DALLA PRIMAVERA DEL 2020 L'INCREMENTO È DI 40-45 CENTESIMI AL LITRO



FONTE: MINISTERO PER LATRANSIZIONE ECOLOGICA

I TAGLI ALLE CORSE SUI BINARI

La crisi non ha risparmiato nemmeno il settore ferroviario. Nel periodo tra il 24 e il 28 gennaio Trenitalia è stata costretta a ridurre di poco più del 2% la propria offerta regionale ordinaria, ad eccezione delle corse sostitutive effettuate con bus, l'equivalente di circa 145 treni cancellati su 6.800 corse. Sull'Alta Velocità il taglio è stato di 30 collegamenti su 230 giornalieri. «Nel 2021 – spiegano dalla controllata pubblica – la domanda di mobilità per i regionali, Intercity, Frecce e Eurocity si è attestata al 65-70% rispetto al 2019, anno pre-Covid, con percentuali in ribasso nei periodi di lockdown di inizio 2021 e in rialzo nel periodo estivo e di riapertura delle scuole».

Difficoltà analoghe registrate anche da Italo, che opera solo nel segmento dell'Alta Velocità. «Gennaio è stato un mese estremamente complicato, c'è stato un crollo drastico della domanda: abbiamo registrato un -40% di prenotazioni rispetto al periodo pre-pandemico», spiega la società aggiungendo che «per febbraio la domanda è prevista in ulteriore calo». Da qui la necessità di dare una sforbiciata alle corse. «Al momento sono circa 30 gli Italo soppressi ogni giorno per questi primi due mesi dell'anno». Poco più di un quarto dei 116 previsti inizialmente dall'orario invernale, gli stessi dell'era pre-Covid, prima che Omicron allontanasse ancora la luce in fondo al lungo tunnel della crisi del settore dei trasporti.

2mld

PERDITE DEI BUS

Il trasporto su gomma nel 2021 ha perso 2 mld di euro tra biglietti e abbonamenti

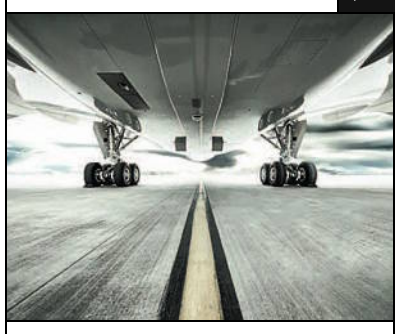
15%

LE ASSENZE

I trasporti su gomma registrano circa il 15% di assenze causa Covid

©RIPRODUZIONE RISERVATA

Focus



MALE ANCHE GLI AEROPORTI

La tempesta perfetta sul trasporto aereo ha colpito anche gli aeroporti italiani che nel 2021 hanno perso 113 milioni di passeggeri rispetto al 2019, l'anno prima dello scoppio della pandemia. Secondo i dati di Assaeroporti, infatti, lo scorso anno negli scali italiani sono transitati 80,7 milioni di passeggeri , il 58,2 per cento in meno dei 193 milioni del 2019. I dati del 2021 risentono soprattutto della seconda e della terza ondata di contagi che ha investito lo scorso anno l'Italia. Nei primi cinque mesi del 2021, infatti, il numero di passeggeri transitati per gli scali italiani è crollato dell'86% rispetto al 2019, attestandosi sui livelli della primavera del 2020, l'era dei lockdown. Nella seconda metà dell'anno, invece, il calo sul secondo semestre 2019 è sceso al 38%. Il segmento nazionale ha dato segnali di ripresa con un -35,1% nell'intero 2021 sui volumi pre pandemia, mentre il traffico internazionale è crollato del 70,4%.

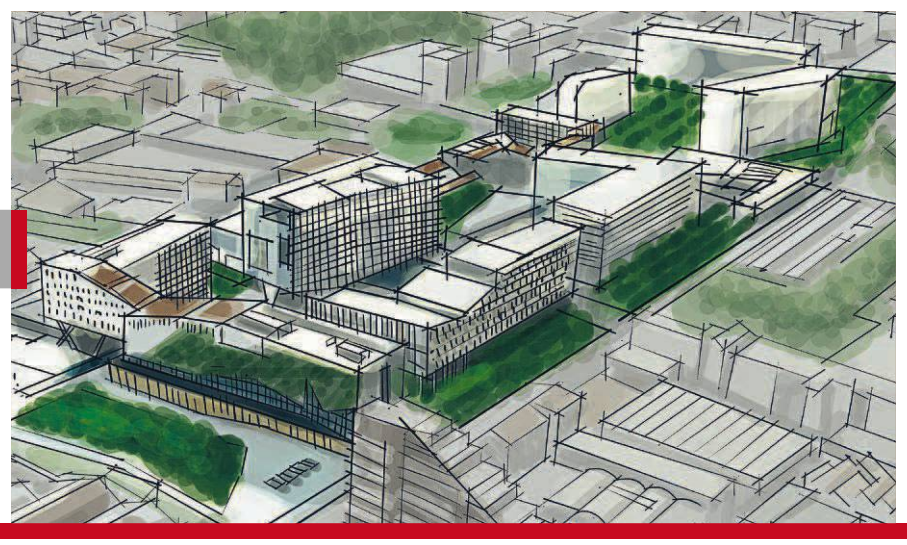
mitsubishielectric.it

DIAMO AI PROGETTI L'ECCELLENZA CHE MERITANO

Business Park **Symbiosis** ha scelto **Mitsubishi Electric** per la realizzazione di sistemi per il riscaldamento e raffrescamento d'aria.

Business Park **SYMBIOSIS** (Milano)

SYMBIOSIS by COVIVIO



Mitsubishi Electric è sempre più coinvolta in prestigiosi e avveniristici progetti, grazie alla qualità delle sue soluzioni tecnologiche e ad un'ampia gamma di servizi dedicati pre e post vendita.
Oggi è il partner ideale perché ha a cuore non solo il **rispetto ambientale**, ma anche il **risparmio energetico** che si traduce in una significativa riduzione dei consumi.

Per un clima ideale, ogni giorno di più.

MITSUBISHI ELECTRIC
CLIMATIZZAZIONE

CLIMAVENETA®
SUSTAINABLE COMFORT

La storia infinita

Il salvataggio di Ita viene dal mare e batte anche bandiera tedesca

ALDO FONTANAROSA

Msc, il colosso del trasporto merci e passeggeri sull'acqua di Aponte, e Lufthansa sono pronte a rilevare l'ultima versione della compagnia
E a riportare in volo il marchio Alitalia

1

ANSA

Dopo essersi regalato un'isola nel mare delle Bahamas (il paradiso ecologico di Ocean Cay) ora Gianluigi Aponte vuole comprare un'intera compagnia aerea. Nel 2008, Aponte - proprietario di Msc e di Msc Crociere, re del trasporto merci e passeggeri via mare - fu tentato di prendere un pezzo di Alitalia come "capitano coraggioso". Nel 2022 l'armatore di Sant'Agnello, secondo uomo più ricco della Svizzera dove ora vive, punta alla maggioranza di Ita Airways.

In questa storia recita un ruolo, ovviamente, la pandemia. Msc ha 600 navi cargo che trasportano beni di ogni tipo. Ma da oltre due anni le imbarcazioni mercantili non sanno - a volte - né quando potranno partire né quando arriveranno. Di colpo i cinesi possono chiudere un porto di approdo solo perché la regione registra un piccolo focolaio di contagi, obbligando così le navi a soste di giorni in mare. È successo a Ningbo e Yantian. E problemi sono arrivati finanche nei porti di un Paese flessibile e organizzato come gli Stati Uniti, a Los Angeles e Long Beach. Per questo Msc ha bisogno di un canale alternativo alle navi e vuole quella compagnia aerea che tanti concorrenti del cargo via mare hanno già.

Peraltro ci sono beni che viaggiano malvolentieri in nave perché bisognosi di un trattamento *soft*. Sono i prodotti alimentari (che l'Italia esporta per 52 miliardi di euro annui); i dispositivi elettronici e i microchip; le opere d'arte; finanche leoni, tigri e giraffe (nel cui trasporto è specializzata la compagnia aerea taiwanese Eva). Se vuole trasferire qualcosa di delicato un operatore del cargo ha bisogno di una flotta aerea.

Poi ci sono i passeggeri. Msc Crociere schiera 19 navi per i viaggi turistici (in genere inaugurate da Sophia Loren). E sta investendo nel settore, a dispetto del Covid-19. Nel 2021 ad esempio ha lanciato il marchio Explora Journeys che garantirà ai viaggiatori vacanze particolari, tra lusso a bordo, avventure in Paesi inesplorati, approccio verde al viaggio. La crociera è sempre di più un'esperienza emotiva. Per questo Msc Crociere - terza società al mondo del settore - ama portare i croceristi su paradisi ecologici come Ocean Cay alle Bahamas. Per questo realizza terminal attrezzati dove il turista ha la percezione di entrare subito in un mondo da favola (Miami, opera di Fincantieri, sarà inaugurato nel 2023).

Ora, Msc organizza già voli charter per spostare i croceristi. Ma questi, certo molto dignitosi, non raggiungono ancora gli standard di qualità cui la società ambisce. Altra cosa sarebbe imbarcarli sui velivoli azzurri di Ita Airways, che peraltro ha comprato dall'Airbus 28 apparecchi d'avanguardia (inclusi dieci A330 neo).

Nella conquista di Ita Airways, Msc tira dritto nonostante il tentativo di inserimento di Air France-Klm e si affianca a Lufthansa, primo vettore europeo per flotta aerea, che ha precise convenienze in questa partita. Lufthansa, prima di tutto, invidia all'Italia i servizi di Fiumicino. Già nel 2020, nei suoi documenti interni, la compagnia tedesca considerava l'aeroporto romano più attento alle esigenze dei passeggeri finanche del suo migliore, Francoforte.

L'altro problema serio di Lufthansa è che i suoi scali tedeschi - Monaco e Francoforte, appunto - sono saturi (al netto delle difficoltà del Covid-19). Per conquistare traffico aggiuntivo, è necessario disporre di Linate (per i passeggeri) e di Malpensa (per il cargo). Gli aeroporti, d'altra parte, contano molto nelle strategie commerciali. Su una rete di scali grandi e funzionali - gli hub - Lufthansa ha fondato l'intero sviluppo industriale tra il 2013 e il 2019; e più tardi la strategia di sopravvivenza nei mesi della pandemia. Per preservare i conti e fronteggiare le low cost (come Ryanair), Lufthansa ha fatto anche una seconda mossa. Ha schierato una costellazione di marchi di valore. Oggi Lufthansa controlla - tra le altre - Austrian Airlines (in Austria) Swiss (in Svizzera), Brussels Airlines (in Belgio) e Air Dolomiti a Verona in Italia. A questi brand, adesso vuole aggiungerne due altri: Ita Airways, nuovo, fresco; ma anche Alitalia, tuttora amato nel mondo, come i tedeschi hanno appurato nei loro sondaggi.

I vettori austriaco, svizzero e belga (Austrian, Swiss, Brussels) sono nati dalle ceneri delle storiche compagnie di bandiera, fallite sotto il peso dei loro debiti. Pochi anni fa, prima che Lufthansa li comprasse, erano esattamente dove Ita Airways è oggi con il tracollo di Alitalia. Rinascevano – con pochi dipendenti e un pugno di aerei, certo – ma almeno libere del peso del passato. Dentro queste imprese, Lufthansa ha iniettato il suo notevole patrimonio tecnologico, a partire dalle piattaforme intelligenti che permettono di vendere biglietti delle compagnie del gruppo e delle alleate a qualsiasi cliente in ogni angolo del pianeta. Nel 2020, dieci milioni sono stati travasati nella sola Air Dolomiti per migliorare i sistemi di vendita e *revenue management*.

E le turbolenze sindacali, in tutto questo? In patria, Lufthansa applica un modello di cogestione che tenta di coinvolgere al massimo i sindacati e i lavoratori nelle scelte e decisioni chiave. Un protocollo che potrebbe ben adattarsi alla cultura italiana.

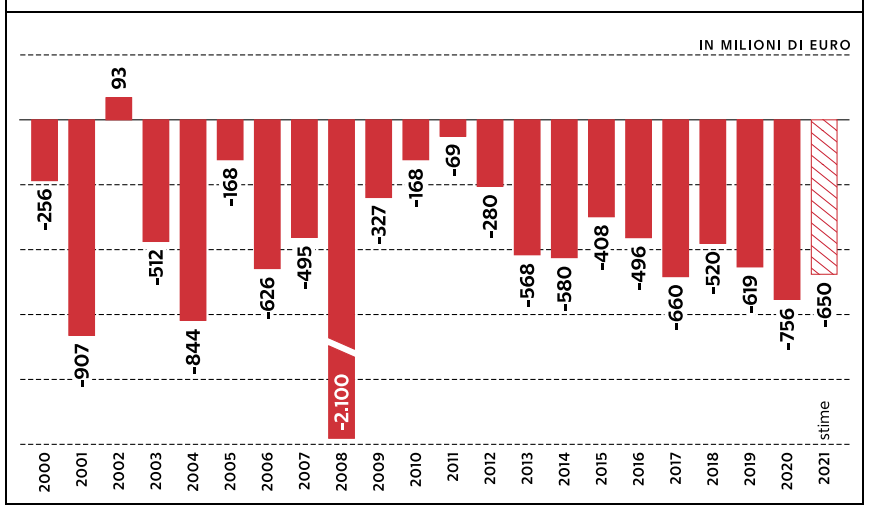
©RIPRODUZIONE RISERVATA

L'opinione

Il vettore tedesco ha il problema che i suoi scali nazionali sono saturi e per conquistare traffico aggiuntivo vorrebbe poter sfruttare anche Linate (per i passeggeri) e Malpensa (per le merci)

I numeri

VENT'ANNI SEMPRE IN ROSSO
LE PERDITE DI ALITALIA DAL 2000 ALLO SCORSO ANNO



Alfredo Altavilla
Presidente di Ita Airways

Fabio Lazzerini
Amm. deleg. di Ita Airways

1 Il primo aereo di Ita Airways con la caratteristica livrea azzurra al decollo per Milano da Fiumicino (Roma)

SIMEST sostiene il Made in Italy nel mondo.

Finanziamo a tasso agevolato, con una quota a fondo perduto:
- la **Transizione digitale ed ecologica delle PMI con vocazione internazionale**;
- la **Partecipazione a fiere e mostre internazionali, anche in Italia, e missioni di sistema**;
- lo **Sviluppo del commercio elettronico in Paesi esteri**.

Offriamo alle **PMI del Sud Italia** risorse dedicate e condizioni di ulteriore vantaggio.

Lo facciamo grazie alle risorse assegnate al Fondo 394/81 **finanziato dall'Unione europea – NextGenerationEU** e che SIMEST gestisce in convenzione con il **Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale**.

Per maggiori informazioni su tempi e modalità visita **simest.it** e **export.gov.it**

---

simest
gruppo cdp

Ministero degli Affari Esteri
e della Cooperazione Internazionale

Finanziato dall'Unione europea
NextGenerationEU

I giganti delle tecnologie a Wall Street

JOHN SMITH/VIEWPRESS/GETTY

1

Big Tech, brusca frenata in Borsa ma non sarà la replica del 2001

BENIAMINO PAGLIARO

Dietro lo scivolone di queste prime settimane del 2022 ci sono le mutate condizioni dei mercati in vista dei prossimi rialzi dei tassi
E anche ragioni industriali: alcuni settori ormai maturi e una concorrenza sempre più agguerrita

La caduta dei Fang è un evento atteso, annunciato, e obliquo. Provoca reazioni colorite tra gli osservatori e silenziose tra i protagonisti. Chi avesse messo 100 dollari sull'indice Fang (acronimo di Facebook, Amazon, Netflix, Google) a Wall Street, la crema dei titoli tecnologici americani, il primo gennaio, ora (al momento di chiudere il numero di A&F) ne avrebbe in tasca 85. Meno 15% da inizio anno. Il più ampio indice Fangman (i primi quattro, più Microsoft, Apple e Nvidia) ha bruciato 1.600 miliardi di dollari in meno di un mese. Che succede ai nuovi Padroni dell'Universo, cresciuti prima con promesse ma poi con dividendi facili da moltiplicare? La risposta è che, come sempre, dipende. Dall'inizio dell'anno, i titoli hanno avuto un andamento negativo ma variegato. Meta ha fatto -12%, Amazon -18%, Netflix -35%, Alphabet -11%, Microsoft -10, Apple -12, Nvidia -27%. Ci sono risposte industriali, persino nel multiforme spazio digitale, e di contesto, per provare a capire.

Viene per forza prima il contesto, perché quando la Fed decide di combattere l'inflazione, come farà alzando i tassi di interesse, non c'è ambizione che tenga. Il mercato si adegua: i tassi sui bond del Tesoro americano torneranno (finalmente) a garantire un ritorno accettabile sull'investimento. Gli investitori che avevano accettato e dunque spinto in alto i prezzi dei titoli tecnologici si riposizionano dopo una lunga corsa: il Nasdaq100 ha garantito un ritorno del 702% in dieci anni. Ora il denaro si sposta, e dato che il software ha mangiato un pezzo dell'economia e il peso della tecnologia su Wall Street è significativo, leggeremo spesso la fatidica parola: correzione. C'è ovviamente un aspetto positivo di questa evoluzione, anche se la corsa può essere accidentata. Le valutazioni dei titoli tecnologici sono considerate da molti eccessive. Ma in un contesto di tassi a zero era una scelta razionale. Ora ci si può aspettare una maggior attenzione all'andamento puro delle grandi piattaforme, e dunque conoscere e capire l'economia digitale diventa persino più importante, per distinguere le speranze dai risultati.

-15%
DA INIZIO ANNO
L'indice dei Fang (Facebook, Amazon, Netflix, Google) da inizio anno perde il 15%

E dunque guardiamo alle possibili risposte industriali. La caduta dei Fang è anche colpa dell'andamento delle società che compongono l'indice, quindi dei fondamentali delle attività? Non a guardare le ultime trimestrali. In parte, il mercato sta semplicemente realizzando che i titoli tecnologici diventano maturi, perché i loro prodotti hanno raggiunto quote di mercato molto rilevanti o perché concorrenti solidi entrano in scena. Il fondatore di Meta, Mark Zuckerberg, ha ripetuto che la crescita non potrà essere più esplosiva come un tempo. Gli esseri umani da connettere non sono infiniti, in Cina non si va, e proprio per questo il gruppo scommette sul Metaverso. Comunque, nell'ultimo trimestre disponibile, Meta ha visto i ricavi crescere del 35% a 29 miliardi di dollari, mentre gli utenti crescevano del 6%. Ma in attesa della realtà aumentata, il mercato si allontana, qualcuno incassa la corsa. Anche dopo i recenti cali, Meta vale in Borsa 819 miliardi e garantisce utili per circa 50 all'anno. Ecco i multipli: la capitalizzazione vale 16 volte i profitti.

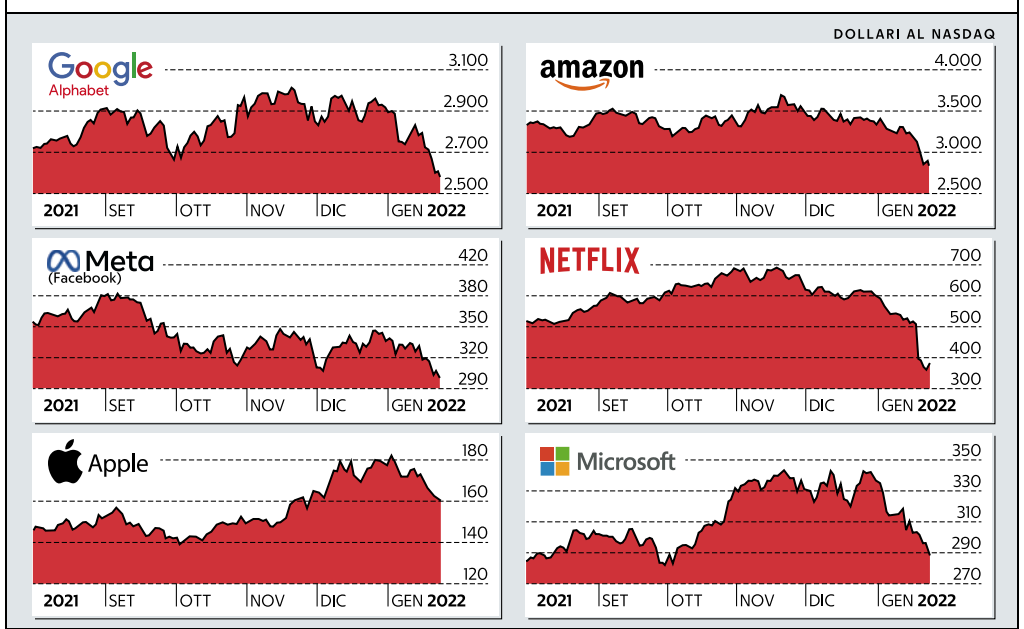
1400
VALORE AMAZON
Il colosso dell'e-commerce ha oggi una capitalizzazione di 1.400 miliardi

Proprio il focus sui multipli rivela che anche negli scossoni il mercato sa apprezzare le differenze. Amazon vale 1.400 miliardi e ha utili per circa 32 miliardi all'anno. Il multiplo è 44 volte i profitti. Perché? Gli investitori credono che il gruppo guidato da Andy Jassy abbia ancora grande potenziale: la promessa vale il prezzo. L'e-commerce vale ancora solo il 20% del retail globale, e ancora meno negli Stati Uniti (12%) o in Italia (10%).

La N dei Fang merita un capitolo a parte, ed è forse la storia più istruttiva. Nel 2022 ci potremmo quasi domandare perché mai un produttore di intrattenimento fosse stato inserito tra i titoli tech più interessanti. La verità è che Netflix è stata una socie-

I numeri

INIZIO ANNO IN DISCESA IN BORSA PER I FAANG E MICROSOFT
ANDAMENTO DELLE QUOTAZIONI DALLA SCORSA ESTATE



1 Il grande palazzo del Nasdaq a Times Square a New York dove si è verificata l'attesa caduta dei Fang

L'opinione

Il titolo più penalizzato è quello di Netflix, che ha perso il suo vantaggio iniziale sulla tecnologia e ora è diventata una media company in concorrenza con molti altri colossi del settore

La concorrenza

Il rischio spezzatino è tramontato ma l'Antitrust vigila sulle megafusioni

MARIO PLATERO

I giganti dell'hi-tech dispongono di una liquidità enorme e, dopo Microsoft-Activision, progettano nuove aggregazioni. Le Autorità Usa vorrebbero limitare operazioni che ne accrescano ancora le dimensioni

tà tecnologica, perché ha reso semplice per milioni di utenti consumare contenuti video in alta qualità online. Questo le ha dato un grande vantaggio sui concorrenti tradizionali, lenti a decidere e pieni di preoccupazioni sul presente che impediscono di pensare al futuro (una dinamica piuttosto familiare in Italia, ma è un altro discorso). Il paradosso è che la natura stessa della tecnologia rende complicato difendere il vantaggio. Le pay tv hanno provato per anni a frenare i concorrenti rendendo impossibile vedere una partita di calcio senza la parabola. Ma Netflix non può impedire a tutti gli altri di utilizzare un player video.

Le barriere all'accesso si abbassano e dunque si torna a competere sui contenuti. Il mercato dello streaming è iper-competitivo e frammentato, da player puri a piattaforme che lo presidiano per ragioni diverse come Apple e Amazon. Dunque l'ultimo trimestre del 2021 ha portato a Netflix il numero peggiore di nuovi abbonati dal lontano 2017. Gli investitori prendono nota: dopo il crollo di questi giorni il valore in Borsa è di 171 miliardi, a fronte di 28 miliardi di ricavi e circa 7 miliardi di utile (il multiplo è dunque a 24). Tagliare gli investimenti nelle nuove produzioni è estremamente complicato, perché la concorrenza non sta ferma. I margini non sono tutto, come dimostra Amazon, ma non mentono. Cosa può cambiare nei fondamentali della società per tornare a crescere? Fare contenuti e aggiungere nuovi abbonati è costoso, tenerli ancora più faticoso. Il business usa la tecnologia ma non è più davvero tech. Non sarebbe sorprendente se nei prossimi tempi Netflix trovasse delle alleanze o fosse oggetto di un'importante acquisizione. La parabola di Netflix, che vale comunque così tanto proprio grazie alla capacità innovativa iniziale, può forse far pensare anche al percorso di Tesla. La creatura di Elon Musk ha centrato obiettivi impensabili fino a poco fa. Ma quando il suo metodo e la tecnologia saranno diffuse, le grandi società automobilistiche avranno un gioco migliore? Per ora il mercato non ci pensa.

L'opinione

Alcuni tra i marchi che faticheranno di più in Borsa potrebbero diventare oggetto di acquisizioni: Robinhood, Zoom, Dropbox e Pinterest sono già oggi prede interessanti

Una conseguenza certa di questa evoluzione è che alcuni brand, dopo aver arrancato in Borsa, potrebbero essere acquisiti. Robinhood, Zoom, Dropbox, Pinterest sono prede interessanti. Un'altra è che acronimi come Fang, che da sempre non piacevano ai diretti interessati, potrebbero perdere un po' senso. Bisogna studiare i fondamentali. Big tech sarà un po' meno big, ma ha cassa e utenti per resistere. Ci sarà una correzione, ma il 2022 non sembra il 2001.

©RIPRODUZIONE RISERVATA

A molti è venuto il sospetto che dietro la caduta in Borsa delle ultime settimane dei titoli tecnologici ci fosse anche, all'orizzonte, la minaccia dell'Antitrust. Tutto è possibile, ma il rischio di un intervento della divisione Antitrust del dipartimento per la Giustizia o della Federal Trade Commission è considerato tutto sommato abbastanza marginale.

Ne ho parlato con chi investe nel settore con fondi specializzati. Ammettono le difficoltà in Borsa, più incisive di quelle che abbiamo visto fra novembre e dicembre, con perdite fra il 6 e il 15% per molti titoli e ben oltre per titoli più volatili soprattutto nel comparto Crypto e in quello che aveva fatto meglio durante il periodo più intenso del Covid: Renaissance, Peleton, Netflix, Interactive hanno lasciato sul campo anche il 30% e più.

E i grandi? Ecco il quadro dai primi di gennaio a oggi: Apple è scesa da 182 a 159, anche se poi ha recuperato un 8% grazie a risultati record; Amazon, da 3.408 a 2.792; Microsoft, da 340 a 298; Google da 2.900 a 2.585, Meta da 338 a 294. Quanto ha inciso dunque, su queste performance negative, l'ombra lunga dell'Antitrust? Il nuovo acronimo delle 5 grandi è "Maama", un termine suggestivo del loro ruolo egemonico su miliardi di persone, ma il responso collettivo sulle ragioni delle perdite è, nell'ordine: per evidenti circostanze congiunturali, con la conferma della Fed che aumenterà i tassi forse tre volte quest'anno a partire da marzo, per contrastare il rischio di una forte inflazione meno temporanea e più strutturale; a realizzi di profitti dopo una corsa sfrenata al rialzo; ad alcuni problemi di approvvigionamento; alla crisi Ucraina; alla percezione di forte incertezza per il mondo crypto, più rischioso e nel mirino delle autorità, che ha contribuito (in peggio) a un traino al ribasso.

L'opinione

La prospettiva dello scorporo, come quello imposto nel 1911 alla Standard Oil dei Rockefeller, non è più attuale. La competizione tra i Big Tech è molto più intensa di quella del settore petrolifero

Solo in ultimo ci sono possibili interventi dirompenti delle autorità antitrust. Di nuovo con un distinguo: si potranno bloccare operazioni di fusione importanti sia sul piano difensivo che su quello della crescita ma sarà molto difficile imporre uno scorporo ai Big Tech, simile a quello che il governo americano impose alla leggendaria Standard Oil dei Rockefeller, nel 1911. «Sono cinque anni che se ne parla, sia con maggioranze repubblicane che democratiche e non è successo nulla, una ragione ci sarà, la dinamica competitiva fra le cinque grandi nel settore tecnologico è molto più intensa di quella del settore petrolifero del 1911 dominato soltanto dalla Standard Oil che controllava il mercato», dice un gestore specializzato in hi-tech.

Vero, la Standard Oil non aveva concorrenti del suo livello. E fu smembrata in 34 compagnie petrolifere diverse da cui nacquero le leggendarie sette sorelle. Ma sposando la tesi che guarda oltre il consumatore, uno spezzatino oggi è sconsigliabile perché le grandi, restando grandi, possono arginare l'espansionismo cinese nel tecnologico, in una nazione dove non si pensa alla tutela di certi diritti per la concorrenza.

Ma, come dicevo, sulle fusioni la preoccupazione c'è. Lina Kahn, capo della Ftc, star giovanissima dell'Amministrazione Biden, appena 32 anni, è un falco sul piano teorico, determinata su quello operativo e autrice di testi che chiedevano lo smembramento dei colossi tecnologici. Adesso che è stata nominata alla guida dell'Agenzia più importante in materia, sembra essere atterrata su un piano dove la priorità antitrust viene associata a una interpretazione che guarda oltre il consumatore per giustificare l'intervento e oltre il rischio di monopolio.

Secondo lei il problema è un altro: una espansione verticale o orizzontale di questi giganti potrebbe nuocere alla concorrenza settoriale impedendo a nuove realtà di svilupparsi e nuocendo così al tradizionale dinamismo rinnovatore del pianeta America. Proprio quello che le grandi aziende hi-tech vogliono evitare. «Sarà interessante seguire l'acquisto di Activision da parte di Microsoft. Ma non è che le grandi dell'hi-tech siano stupide. Meta non si sogna di inglobare Snap-Chat, ma potrà puntare sul altre prede, è anche una questione di sopravvivenza».

Joe Biden Il Presidente ha cambiato i vertici della Ftc

Lina Kahn Da giugno presidente della Ftc

Jonathan Kanter Capo Antitrust al Dip. Giustizia

Per questo lo scontro fra grandi hi-tech e autorità appare inevitabile. Anche perché i cinque dispongono di una liquidità complessiva di quasi 700 miliardi di dollari. Apple ha chiuso un anno record annunciando la settimana scorsa profitti record per 34 miliardi e ha una posizione in contanti di oltre 200 miliardi di dollari. Non c'è dubbio che Tim Cook abbia seguito con molta attenzione l'acquisto di un paio di settimane fa di Activision da parte di Microsoft per 68,7 miliardi, in contanti. Microsoft infatti dispone di una cassa di 130 miliardi di dollari. Alphabet, secondo gli ultimi conti, ha una cassa di 160 miliardi, Amazon di 80, Meta di 64 miliardi.

Ormai le grandi dell'hi-tech, Apple e Google, sono più grandi in termini reali della Standard Oil o della US Steel, i due giganti monopolistici di inizio Novecento. Non saranno smembrate ma le autorità sembrano determinate a bloccare combinazioni che aumentino ancora la dimensione dei big. Ma Microsoft/Activision combinate avranno una percentuale molto contenuta del mercato giochi, meno del 15%. Di più, anche Take-Two aveva comprato due settimane prima Zynga per 11 miliardi di dollari consolidando una parte del mercato. E Microsoft è talmente sicura che l'affare andrà in porto che pagherà una penale di 3 miliardi di dollari se le autorità bloccheranno l'operazione.

Ma Lisa Khan della Federal Trade Commission ha già unito le forze con Jonathan Kanter, capo dell'Antitrust alla Giustizia, proprio per ostacolare la crescita tentacolare delle grandi. Uno scontro fra 700 miliardi di dollari in cerca di impiego e autorità più motivate dalla politica e dall'ideologia che da una reale necessità di aiutare una concorrenza che resta per ora, fra i cinque grandi, vibrante e durissima.

©RIPRODUZIONE RISERVATA

Investimenti aggressivi

Gli hedge fund deludono ancora ma con i ribassi sperano nella rimonta

VITTORIA PULEDDA

Anche nel 2021 i fondi speculativi hanno reso meno dei grandi indici azionari, alimentando il dibattito sui costi eccessivi per i clienti
Ma con le Borse meno rialziste degli ultimi anni, il loro momento potrebbe tornare

1 Un broker al lavoro nel floor del New York Stock Exchange all'inizio del 2022, quando sulle Borse hanno iniziato a manifestarsi le attuali tensioni

MICHAEL NAGLE/BLOOMBERG/GETTY

Nel 2016 Paul Singer e il suo fondo hedge Elliott raggiunsero un accordo con l'Argentina dopo una battaglia di quindici anni sui Tango bond. Da noi Singer è noto per le partecipazioni nel Milan e, in passato, nella Telecom. Il fondo Tci - un altro gigante estero - è diventato invece "popolare" anche in Italia per la sua quota in Atlantia e per la dura opposizione fatta a quello che - secondo loro – era un tentativo di espropriare la società di Aspi: confronto durissimo, combattuto anche a livello di autorità (governo italiano e Commissione europea). Il fondo Third Point di Daniel Loeb si è fatto infine conoscere per l'ingresso nel 2019 in Essilux, anche in questo caso con intenti bellicosi (sulla governance italiani-francesi).

Pochi esempi a caso del "mondo hedge fund". Un universo, in realtà, per la vastità degli stili di gestione, caratteristiche di investimenti, dimensioni e, non da ultimo, rendimenti. Sì, perché anche gli hedge fund hanno sottoscrittori cui rispondere, per quanto più che di risparmiatori è opportuno parlare di investitori, viste le soglie di ingresso che normalmente si aggirano intorno al milione di dollari.

Più di recente questa categoria di strumenti per super-Paperoni, non sempre baciati dalla fortuna delle performance, si è arricchita di altre tipologie, "cugini" più alla mano (relativamente parlando): i Fia - fondi di investimento alternativi chiusi - e, ancora di più, i fondi aperti armonizzati Ucits, una sorta di vestito su misura anche per prodotti che hanno stili di gestione hedge, impacchettati dentro un veicolo armonizzato in ambito comunitario. Con la possibilità quindi di sottoscrivere un prodotto non off-shore come i fondi hedge (fiscalmente non conveniente) che abbia un minimo di regole comuni e non derogabili. Ad esempio, sul livello minimo di liquidità, la concentrazione del portafoglio, la percentuale di "leva" che si può usare (comprare strumenti finanziari senza avere le risorse). Molti gestori si stanno specializzando in fondi di fondi hedge.

Per questi strumenti cambia la soglia minima di ingresso, rispetto all'hedge fund puro: per legge in Italia è fissata a 500 mila euro per Fia e fondi di fondi hedge, con un ulteriore vincolo: non si può investire più del 10% del portafoglio mobiliare. Tuttavia, a breve è attesa una riforma del settore, con la possibilità di investire anche somme a partire da 100 mila euro. I fondi armonizzati possono essere già venduti invece con tagli decisamente pop, anche diecimila euro. Pur nell'ambito di strumenti illiquidi e con un orizzonte temporale di medio-lungo periodo, quindi, anche gli hedge fund potrebbero entro breve entrare a far parte degli strumenti a disposizione di una platea - pur selezionata e selettiva, come è giusto che sia - con soglie più accessibili.

Ma convengono? Gli hedge fund, strumenti decorrelati dai mercati e dall'andamento di Borse e obbligazioni, di recente sono stati criticati perché le loro strategie non si sono rivelate sempre un affare. «Se un gestore di fondi hedge sbaglia scommessa rischia di farsi parecchio male, sia al rialzo sia al ribasso - spiega Giacomo Calef, Country manager di NS Partners (ex Notz Stucki), società di asset management ginevrina fondata nel 1964 e storicamente focalizzata sul mondo hedge - così come è vero che le commissioni sono piuttosto alte. Però ci sono anche elementi distintivi di grande importanza: l'hedge fund si muove in modo autonomo rispetto al mercati, il gestore spazia su asset class e strategie come ritiene più opportuno. Invece, con un approccio tradizionale ogni volta che cambia lo scenario l'investitore ha la necessità di cambiare il portafoglio, per contestualizzarlo al momento di mercato».

+18%

NEL 2000

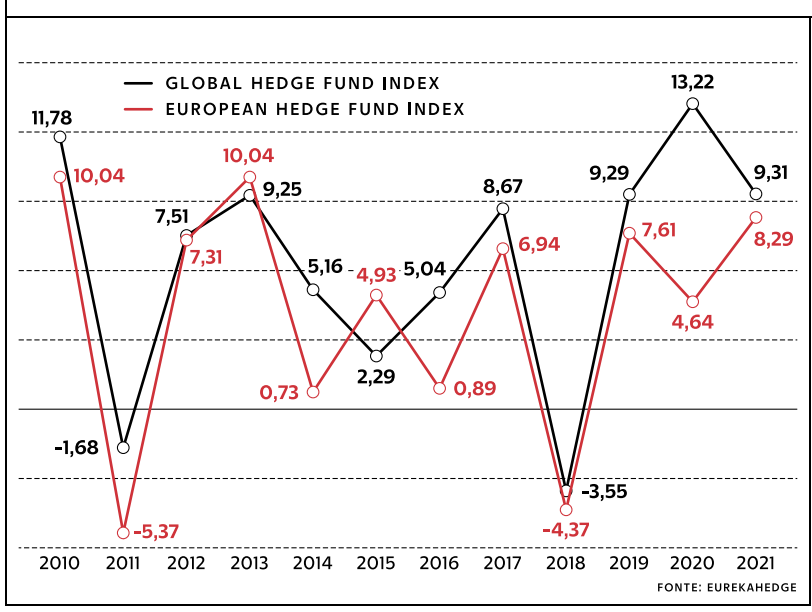
L'ultimo rialzo davvero stellare degli hedge fund, quando scoppiò la bolla Internet

Un lavoro, per gli hedge, molto ben retribuito: in media il 2% di commissione annua di gestione e il 20% sulla performance: un quinto del rendimento, con un solo correttivo (che non tutti i fondi comuni aperti hanno), la clausola "high water mark", che in caso di perdita fa scattare le commissioni solo dopo aver recuperato il calo.

Ma guardiamo le performance.

I numeri

QUANTO RENDONO GLI HEDGE FUND
CONFRONTO TRA I RENDIMENTI DEGLI HEDGE FUND AMERICANI E EUROPEI DAL 2010 AL NOVEMBRE E RENDIMENTO DEGLI HEDGE FUND ITALIANI NEI PRIMI 11 MESI DEL 2021



FONTE: EUREKAHEDGE

FONDI DI FONDI — PERFORMANCE GEN-NOV 2021

Global Managers Selection Fund A	4,79%
Kairos Multi-Strategy Classe A	3,91%
Eurizon Multi Alpha Classe I	3,79%
Hedge Invest Global Fund Classe I	2,80%
Eurizon Low Volatility Classe R	2,76%
Generali Diversified Multi Strategy	0,88%
China Managers Selection Fund A	-3,21%

SINGLE MANAGER

8a + Matterhorn	20,13%
Aliseo	9,93%
Thema	8,05%
Finint Bond Classe A	5,75%
Hedgersel	1,12%
Alpi Hedge-Classe A	1,08%

FONTI: MONDOALTERNATIVE

L'indice complessivo Eurekahedge di settore mostra, per il 2021, un rendimento del 9,31%, mentre le Borse hanno guadagnato mediamente più del 20% (nel caso del Nasdaq anche di più). L'anno prima era stato del 13,22% e se si va al 2018 c'è addirittura il segno meno. Bisogna risalire al 2000 - quanso scoppiò la bolla Internet - per trovare un dato davvero robusto, una performance del 18%.

I fondi specializzati sul mercato europeo sono stati ancora meno generosi con i sottoscrittori, con una performance dell'8,29% nel 2021 e quasi dimezzata l'anno prima. Altre classifiche si fermano a un dato medio del 7,61% mentre l'indice ponderato Hfri fotografa la performance 2021 al 10,3%, terzo miglior risultato dal 2009. Quest'ultimo indice considera solo i 500 fondi maggiori per dimensioni e con altre caratteristiche specifiche perché gli hedge, complicazione nella complicazione, sono prodotti talmente diversi gli uni dagli che parlare di media è davvero arduo.

L'opinione

Un tempo riservati a chi poteva rischiare almeno un milione di euro, i fondi slegati dalla correlazione con i mercati vengono ora proposti attraverso nuove formule a un pubblico molto più ampio

Però sotto certi aspetti la sostanza non cambia: in un anno d'oro hanno guadagnato circa la metà di quanto avrebbe fatto un fondo passivo. La risposta dell'industria è che una strategia *long-short*, cioè che compera i titoli che piacciono e vende allo scoperto (cioè senza averli) quelli che invece pensa scenderanno, o altre sofisticate strategie hanno come obiettivo di essere decorrelate dai mercati e (in linea di massima) di guadagnare sempre o al massimo perdere meno. «Lo scenario migliore per le strategie alternative non è quello di un mercato monodirezionale, spinto dalla liquidità», spiega Sara Cazzola, capo della Ricerca di Hedge invest, il ramo del family office della famiglia Manuli specializzato da sempre in strategie alternative, attraverso fondi di fondi hedge e fondi single manager armonizzati Ucits, «in un mercato orientato solo al rialzo, le strategie hedge che utilizzano anche lo short risultano inevitabilmente penalizzate perché la parte corta ribassista fatica a generare valore. Negli ultimi 15 anni non c'è dubbio che gli investimenti direzionali sull'azionario abbiano sovraperformato, sostenuti anche dalla forte crescita degli Etf. Ma se cambierà lo scenario, con maggiore volatilità e più dispersione nell'andamento dei titoli, le strategie alternative possono tornare a generare valore».

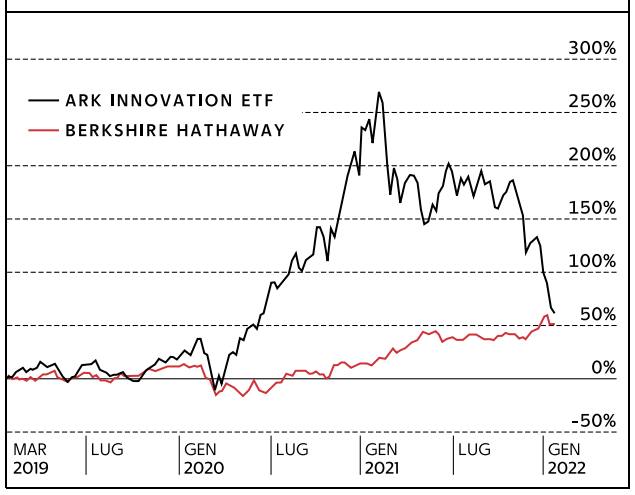
©RIPRODUZIONE RISERVATA

Il personaggio

Cathie Wood
Nel 2014 ha fondato la sua società di investimenti, Ark Invest. Lo scorso anno ha superato 60 mld di assets

I numeri

LA SFIDA TRA LE STAR DELLA BORSA USA
I RENDIMENTI DELLE SOCIETÀ DI WOOD E BUFFETT NEGLI ULTIMI 3 ANNI



Il personaggio

Warren Buffett
Leggendario investitore di Wall Street e uno degli uomini più ricchi d'America, con 110 mld di patrimonio

Strategie di investimento

Il vecchio e il nuovo di Wall Street nel lungo duello tra Buffett e Wood

ARTURO ZAMPAGLIONE

Opposte le scelte dei titoli da acquistare, diverse le strategie di investimento. Ma, dopo due anni di pandemia, le performance di Berkshire del mago di Omaha hanno quasi raggiunto quelle del fondo Ark

Cathie Wood, la star della finanza americana ai tempi del Covid, è una fervente cattolica. Nel 2014 leggeva ogni sera una pagina della Bibbia. E si ispirò al Libro dell'Esodo, dove è descritta l'Arca dell'Alleanza, la cassa di legno d'acacia e un coperchio d'oro che custodiva le Tavole della Legge date a Mosè sul Sinai, per il nome della sua nuova società di investimenti. Da allora, la Ark Invest (che è anche l'acronimo di Active research knowledge) ha fatto faville, cavalcando il boom azionario cominciato pochi mesi dopo lo scoppio della pandemia e concentrandosi sui settori tecnologici più innovativi, più rischiosi, ma anche più promettenti.

Nel 2020, l'Ark Innovation fund, il più celebre dei nove fondi Etf (Exchange traded fund), creati e gestiti dalla Wood, è cresciuto del 150%, attirando una nuova leva di giovani investitori online e guadagnandosi l'ammirazione di nomi storici di Wall street. Un anno fa il fondo Etf era arrivato ad accumulare 61 miliardi di dollari di assets. Ma negli ultimi mesi, dominati dallo spauracchio della stretta creditizia della Federal Reserve di Jerome Powell, l'Arkk, come viene chiamato in gergo l'Innovation fund, ha visto una rapida involuzione. Che continua anche adesso: la Tesla, che è il titolo più rappresentato nel portafoglio della Wood, ha perso la settimana scorsa, in una sola seduta il 12%, riflettendosi sull'andamento del fondo che è ai minimi degli ultimi 12 mesi.

Alle montagne russe della Wood si contrappongono i risultati, forse monotoni, ma sicuramente in crescita, della Berkshire Hathaway, la finanziaria del vecchio Warren Buffett. Il Mago di Omaha, come viene soprannominato, ha ormai 91 anni (e un patrimonio di 110 miliardi di dollari), ma è sempre sulla breccia. Ha persino deciso di tenere in presenza, e non online, la consueta assemblea primaverile degli azionisti del gruppo. Sarà un'occasione, per Buffett, per fare il solito show e soprattutto, quest'anno, per sottolineare le virtù della sua filosofia di investimenti che, con un approccio diametralmente opposto a quella della Wood, con meno rischi e meno fluttuazioni, ha portato più o meno agli stessi risultati.

150%
NEL 2020
Il rendimento del fondo Ark, che ora soffre però il crollo dei titoli tecnologici

145
MILIARDI
Il valore, in dollari, del pacchetto di azioni Apple in mano a Berkshire Hathaway

Dall'inizio del 2020, infatti, la performance delle azioni Berkshire è stata di appena 8 punti percentuali inferiore a quella dell'Ark Innovation. E dall'inizio del 2022 le quotazioni della holding di Buffett sono salite del 2% mentre quelle della capofila della Wood sono scesi di un altro 24%. La contrapposizione tra le due strategie finanziarie è diventata un "caso" che sta appassionando Wall Street ed è finito sulle pagine del *Financial Times*. Intendiamoci: da sempre il value investing, cioè la tecnica adottata da Buffett e teorizzata dai suoi due maestri, Benjamin Graham e David Dodd, è diametralmente opposta a quella basata sulle *growth stock*, adottata dalla Wood. Ma in questa fase di forte turbolenza dei mercati, che non accenna a placarsi, specie per i tamburi di guerra sull'inflazione (e in Ucraina), i due schieramenti filosofici fanno a gara per conquistare seguaci e capitali.

L'opinione

Secondo gli analisti l'assottigliarsi delle distanze tra i rendimenti dei due grandi investitori americani si spiega con la rotazione in atto tra azioni ad alto tasso di crescita e azioni "value"

In sintesi, i sostenitori delle *growth stocks* puntano a società con prodotti innovativi e buone prospettive di crescita in Borsa, anche se non realizzano ancora dei profitti. Tra i titoli preferiti dalla Ark Invest, ad esempio, oltre alla Tesla di Elon Musk, ci sono quelli di aziende le cui quotazioni sono esplose durante il lockdown, come Zoom, Roku, Teladoc, Spotify e Coinbase. Quest'ultima gestisce una piattaforma di scambi di criptovalute, un settore in cui la Wood – che è una discepola di Arthur Laffer, il teorico della Reaganomics – crede molto, tanto da prevedere che il valore del Bitcoin supererà il milione di dollari entro il 2030.

I teorici del *value investing*, invece, vanno alla ricerca di società che appaiono sottovalutate dal mercato azionario, pur avendo fondamentali molto solidi. Nel portafoglio Berskhire, ad esempio, figurano dei giganti dei prodotti di largo consumo, come Coca-Cola e Kraft-Heinz. Ci sono istituti di credito (Bank of America), ferrovie (Burlington Northern railroad), assicurazioni (Geico), oltre a un pacchetto di azioni Apple che da solo vale più di 145 miliardi di dollari.

Secondo molti analisti, l'assottigliarsi delle distanze tra le performance di Wood e quelle di Buffett si spiega con una "rotazione" in atto nell'approccio degli investitori, che, dalla love story per le *growth stock*, sembrano orientarsi ora sull'approccio più prudente delle *value stocks*. Né le perdite, né gli avvertimenti degli esperti e neanche la nascita a sorpresa dell'Etf Sark di Matthew Tuttle, che scommette unicamente sulle sfortune di Arkk, sembrano però preoccupare la Wood. La quale, facendo leva sul titolo di migliore *stock picker* del 2020, cioè di più brava dell'anno nello scoprire le azioni vincenti, continua imperterrita a comprare i titoli di aziende che, a suo dire, sono destinati a una impennata. Tra questi, DraftKings (scommesse sportive), Roblox (videogame) e Robinhood, la cui app per le compravendite online è molto popolare tra i giovani, ma che proprio la settimana scorsa ha visto un tracollo.

«I titoli delle società più innovative non sono affatto in una bolla», risponde la Wood, dal suo nuovo quartier generale in Florida, alle critiche e soprattutto ai malumori dei suoi investitori. Del resto, è sempre stata molto decisa, sicura di sé, pronta a mettersi in gioco in tutte le tappe che l'hanno portata da una famiglia irlandese del ceto medio ai vertici della finanza. E non sembra intenzionata a cambiare idea, tanto meno adesso che ha 66 anni e una fama da star che vuole proteggere a tutti i costi.

©RIPRODUZIONE RISERVATA

I piani di Fifa e Uefa

Giro di vite su prestiti e procuratori il calcio prova a darsi nuove regole

FRANCO VANNI

Il Covid accelera le riforme che il pallone aspettava da anni: lotta alle compravendite camuffate da trasferimenti temporanei, limiti alle commissioni degli agenti, un impianto più moderno per il Financial fair play

La pandemia ha dato la scossa che il mondo del calcio aspettava per riformarsi, dopo anni di inerzia. Lo scorso 20 gennaio la Fifa, associazione mondiale delle federazioni del pallone, ha finalmente introdotto limiti ai prestiti di giocatori, strumento abusato dai club per fare incetta di tesserati e camuffare compravendite. La stessa Fifa si prepara a limitare lo strapotere dei procuratori, veri signori del calcio a livello planetario. Ed entro aprile la Uefa, che raduna le 55 federcalcio d'Europa, presenterà le nuove regole del Financial fair play, il sistema di vincoli introdotto nel 2009 per contenere l'indebitamento dei club e spingerli verso il pareggio dei conti. «Riformarsi è una scelta obbligata e non più procrastinabile. La crisi del Covid ha avuto l'effetto positivo di accelerare un percorso inevitabile. Il sistema dei club è vicino al collasso. Servono regole certe», dice Claudio Sottoriva, docente di Economia aziendale all'Università Cattolica, esperto in bilanci delle società calcistiche.

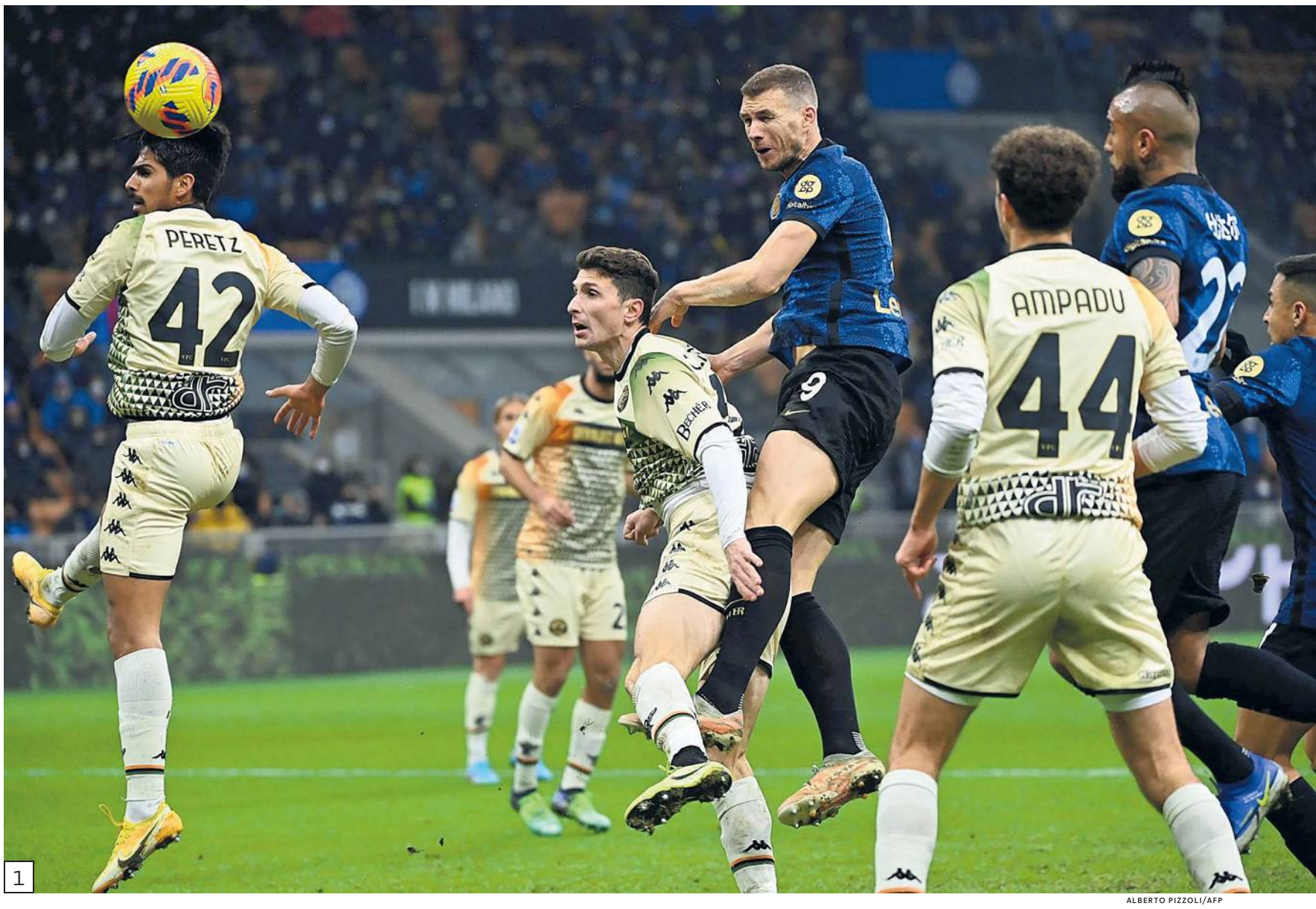
Nelle intenzioni della Fifa, il mercato dei prestiti di giocatori smetterà di essere un far west. In un decennio il Manchester United ha prestato ad altri club 232 giocatori, il Chelsea 207. L'italiana più attiva è l'Udinese, quarta con 166. Da luglio le società dovranno depositare accordi che indichino i termini economici della cessione temporanea, che non potrà eccedere l'anno di durata. Il sub-prestito a terzi sarà vietato.

Il numero di contratti a tempo per ogni club, in uscita e in entrata, sarà ridotto: nel 2022-23 otto, poi sette nella stagione successiva e sei dall'estate del 2024. E non si potranno prestare più di due giocatori allo stesso club. Il numero uno della Fifa, Gianni Infantino, ha spiegato: «Vogliamo promuovere l'equilibrio competitivo, prevenire l'accaparramento di giocatori e far crescere i giovani». Non i giovanissimi, visto che sotto i 21 anni le nuove regole non si applicheranno. Umberto Calcagno, presidente dell'Associazione italiana calciatori: «L'esenzione dei giovani depotenzia la norma generale. Bisognerà capire se verrà evitato il malcostume per cui il prestito altro non è che il pagamento dilazionato di un cartellino».

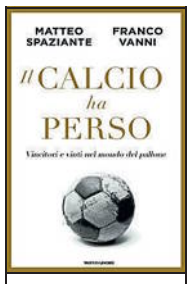
La seconda riforma in vista, che potrebbe entrare in vigore già la prossima estate, riguarda i procuratori. La Fifa è pronta a creare una clearing house che intermedi i pagamenti fra club, di modo da contenere le quote versate agli agenti. La soglia massima potrebbe essere del 6% sul volume dell'affare: il 3 pagato dal calciatore e un altro 3 dal club acquirente. Un'ipotesi più morbida è che la soglia sia fissata al 10, come avviene in Francia. Sempre che i procuratori non decidano di rivolgersi alla Corte di giustizia Ue. Lo scorso novembre Mino Raiola, terzo agente di calciatori più ricco del mondo con 84,7 milioni di dollari incassati nel 2020, ha dichiarato: «Le regole della Fifa sono vergognose, con loro non c'è nessun dialogo».

Oggi la Fifa raccomanda che le provvigioni non superino la soglia utopistica del 3%, ma non c'è alcuna sanzione per chi sgarra. Nei fatti gli intermediari più spregiudicati arrivano a intascarsi anche il 15. Sul sito della federazione mondiale del calcio si legge: «L'adozione del sistema Fifa Clearing House assicurerà il pagamento degli importi del contributo di solidarietà e dei compensi alla formazione ai club di tutto il mondo». Il proclama, lì dal 2019, finalmente potrebbe essere applicato.

Nel 2021, secondo il report Intermediaries in international transfers della stessa Fifa, le commissioni per intermediazione nel player trading sono salite nel mondo a 500,8 milioni di dollari, il 95,8% in Europa. A guidare la classifica sono i club inglesi con 133,3 milioni. Seguono i tedeschi con 84,3 e gli italiani con 73,5. Ed è solo la punta dell'iceberg. Nello scorso anno solare il Transfer matching system (Tms) ha registrato nel mondo 17.945 cambi di squadra di giocatori professionisti. Ufficialmente solo 3.545, il 19,8%, ha coinvolto un intermediario. Un dato che fa immaginare un sommerso enorme. «Benché la spesa per i trasferimenti sia stata in calo per il secondo anno



1 ALBERTO PIZZOLI/AFP

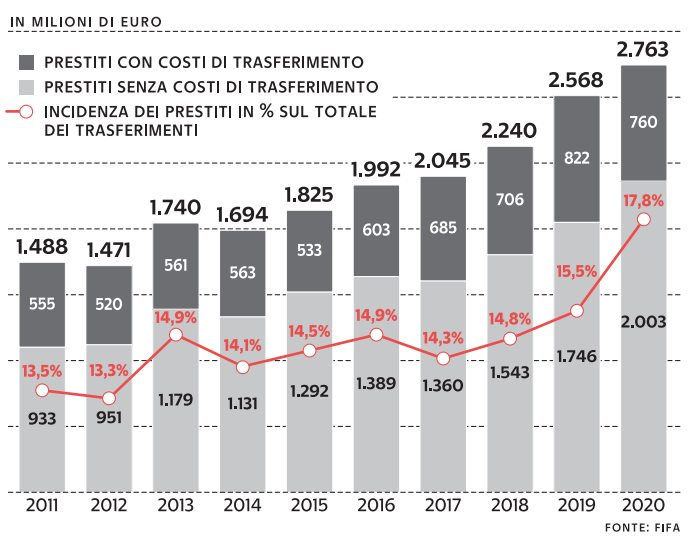


Il calcio ha perso
Il libro di Franco Vanni e Matteo Spaziante (Mondadori) nasce dalle inchieste sul business calcio pubblicate nei mesi scorsi su Affari&Finanza

1 Un colpo di testa di Edin Dzeko durante Inter-Venezia, il 22 gennaio a San Siro

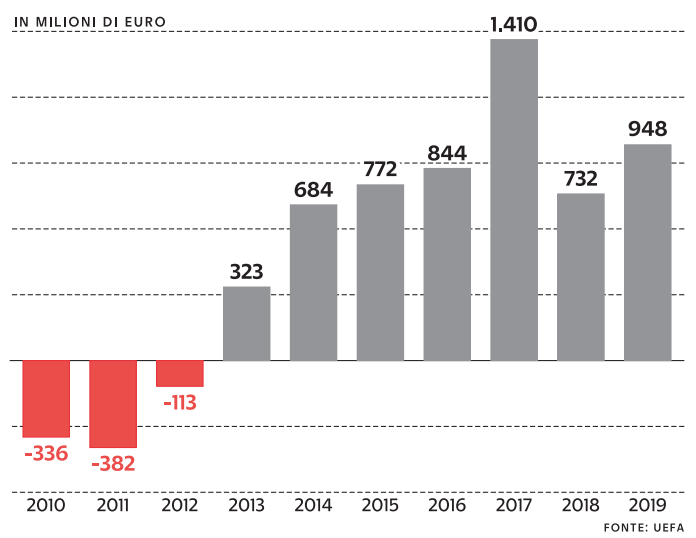
I numeri

L'INCIDENZA DEI PRESTITI
SUL TOTALE DEI TRASFERIMENTI DEI GIOCATORI



FONTE: FIFA

IL RISULTATO OPERATIVO POST FINANCIAL FAIR PLAY E PRE PANDEMIA
DEI PRINCIPALI CLUB EUROPEI



FONTE: UEFA

La Lega italiana

Ma la A annacqua l'indice di liquidità

LUCA PAGNI

Il rapporto tra spese e incassi sarà alzato però non bloccherà più il mercato e peserà "solo" sull'iscrizione al campionato

Le ultime decisioni della Lega ne hanno annacquato l'impatto sulle società di Serie A. Finora, non rispettare le direttive che regolano "l'indice di liquidità", comportava l'impossibilità a muoversi sul mercato. Ma dal prossimo anno la norma sarà più morbida. In pratica, chi supera i limiti non potrà iscriversi al prossimo campionato. Ma intanto potrà fare mercato.

Ma di cosa si tratta e perché è così importante l'indice di liquidità? Fa parte del pacchetto di regole che il mondo del calcio si è dato a vari livelli per mettere un freno alle spese "folli" di presidenti che dopo aver ingaggiato decine di giocatori e cambiato più allenatori a stagione se ne andavano senza coprire le perdite. L'indice di liquidità, in buona sostanza, è il rapporto tra quanto si spende e quanto si incassa. Non può superare un certo limite: la Covisoc, la commissione di vigilanza sulle società di calcio professionistico (un organismo della Figc), due volte all'anno controlla che il parametro non venga superato. Nel caso, scatta la sanzione. Fino ad ora il blocco del calciomercato, dal prossimo anno la mancata iscrizione. Non è l'unico cambiamento: l'indice è ora 0,6 (era 0,8 lo scorso anno) ma arriverà a 1 nell'arco di 3-4 anni Saranno inoltre introdotti altri due parametri: livelli di indebitamento e il rapporto ricavi/costo del lavoro. Sulla carta una sanzione più grave. In realtà un modo per consentire alle società di avere più tempo per mettersi a posto.

La decisione è stata presa nell'ultimo consiglio federale della Figc: fa parte dei tentativi del presidente Gabriele Gravina di "accompagnare" le società fuori dalle difficoltà finanziarie causate dalla pandemia. In pratica, facilitando il più possibile il rispetto delle regole ma allo stesso tempo non impedendo che le società possano rafforzarsi (entrare o meno in Champions per esempio cambia di molto il conto economico) o cedere qualche pezzo pregiato per sistemare il bilancio. Perché alla violazione dell'indice di liquidità si può porre rimedio mettendo mano al portafoglio: con un aumento di capitale o con versamenti diretti dei soci per coprire le perdite. Oppure proprio con il mercato. Che per molti presidenti, viste le difficoltà legate alla pandemia rimane l'unica strada.

©RIPRODUZIONE RISERVATA

0,6

IL COEFFICIENTE

Per la stagione 2021/2022 l'indice di liquidità è fissato allo 0,6 per cento

consecutivo (-13,9% nel 2021 e -23,4 nel 2020), le commissioni agli agenti hanno segnato un aumento dello 0,7%», si legge nel report Fifa.

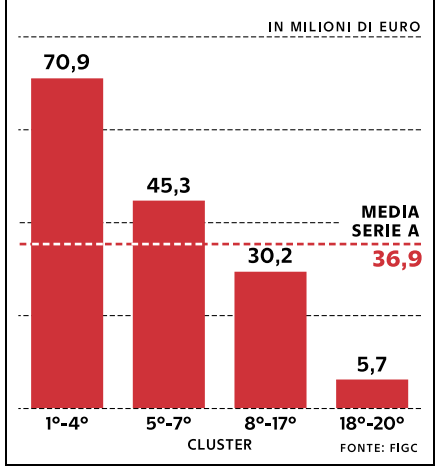
I club, con poche eccezioni, dal febbraio 2020 hanno visto crollare i ricavi. Eppure, nella grande maggioranza dei casi sono stati incapaci di contenere la spesa per l'acquisto di cartellini e ingaggi. Nonostante con lo scoppio della pandemia il Financial fair play sia stato di fatto sospeso, in Italia le società hanno continuato a imbastire compravendite a cifre esagerate, generando plusvalenze. Funziona così: il club che vende un calciatore mette subito a bilancio l'intero ricavo, mentre chi lo compra spalma la spesa sugli anni di contratto del giocatore. Un meccanismo che, dal punto di vista contabile, rende vantaggioso vendere e sostenibile comprare.

Ci sono poi i casi in cui le plusvalenze sono frutto di scambi di giocatori il cui valore è artificialmente fissato dalle parti. I 20 club di Serie A nel 2015/16 mettevano a bilancio 376 milioni di plusvalenze, nel 2019/20 si è arrivati a 738,7. Un aumento anomalo, allo studio delle procure di Torino e Milano per quanto riguarda le operazioni di Juventus e Inter, e della Covisoc, la commissione di vigilanza della Figc.

Il primo obiettivo del nuovo impianto del Ffp, che potrebbe entrare in vigore gradualmente dal dicembre prossimo, è spostare il focus dal pareggio di bilancio alla sostenibilità finanziaria intesa in senso ampio. Non più una verifica del risultato d'esercizio, aggirabile col ricorso alle plusvalenze, ma un sistema normativo che impedisca ai club spese folli. Per chi spende troppo, il numero uno di Uefa Aleksander Ceferin prevede una "tassa del lusso", i cui proventi vadano poi redistribuiti nel sistema. Ma i club finanziariamente virtuosi, a partire da quelli di Bundesliga, chiedono sanzioni sportive per chi sfora. Il dibattito è aperto. Quel che è certo è che il Financial fair play così com'è non basta. «I vincoli hanno ridotto i debiti, evitando fallimenti a catena, ma resta un incompiuto. Il sistema sanzionatorio si è dimostrato insufficiente», ammette Ernesto Paolillo, che come dirigente dell'European club association fu uno degli inventori del sistema in vigore dal 2009.

©RIPRODUZIONE RISERVATA

I RICAVI DA PLUSVALENZE, SERIE A 2019-20
A SECONDA DELLA POSIZIONE IN CLASSIFICA



Comunicazione di marketing

Commenti

L'Italia & il mondo

Il commento

FRANCESCO MANACORDA

NON SI VOLA IN SOLITUDINE MEGLIO UN FUTURO IN UN GRUPPO PIÙ GRANDE

"Torna a Surriento", magari approdando poi anche a Francoforte sul Meno. Già, perché nella pluriennale quanto fallimentare storia di Alitalia, adesso trasformata in Ita con un colpo di rasoio ossequioso delle regole comunitarie, la novità apparente è che a farsi avanti è un imprenditore – anzi un armatore tutto italiano – che ha origini nella splendida penisola campana, in abbinata con una Lufhtansa che pare sufficientemente risanata da provare un'espansione in Italia; la realtà costante è invece che nel business dei trasporti la dimensione internazionale e la proiezione globale contano ancor più che altrove e che alla fine, come non era difficile pronosticare, la compagnia di bandiera si troverà all'interno di un gruppo che batterà più bandiera tedesca che italiana. Un risultato che si sarebbe potuto raggiungere già anni fa, magari senza versare ulteriori miliardi pubblici per il "salvataggio" di Alitalia o di ciò che ne resta.
Certo, il nome di Aponte dovrebbe suonare di qualche conforto. Lontani i tempi in cui studiava all'istituto nautico di Piano di Sorrento, l'armatore ha gettato da decenni le ancore a Ginevra e soprattutto ha saputo creare quello che senza troppa retorica si può davvero definire un impero del mare: la sua Msc è la prima società mondiale nel trasporto dei container – ha da poco superato la danese Maersk – ed è anche il terzo operatore di crociere al mondo dopo due colossi americani.
Giro d'affari non conosciuto con precisione – casa Aponte non si è mai aperta ai fondi e alle curiosità che arrivano da una quotazione in Borsa – ma che di sicuro ha beneficiato del rialzo dei costi dei noli marittimi innescato dal Covid, un patrimonio personale di famiglia stimato attorno ai 10 miliardi di dollari, l'imprenditore italiano che vive in Svizzera si muoverà assieme alla Lufthansa. Qualcuno dice che potrebbe essere il cavallo di Troia della compagnia tedesca, lui assicura di volere una solida maggioranza nel capitale per agire come principale socio industriale. Quel che è certo è che l'offerta arriva in modo congiunto.
Che il business dei trasporti sia globale per definizione è ovvio. Anche se meno ovvio è ipotizzare le sinergie che Aponte potrebbe trovare tra le sue navi e gli aerei di Ita. Difficile, anche se non impossibile, pensare a voli pieni di cinesi che sbarcano sul Mediterraneo per una crociera, c'è chi ritiene invece che il grosso dell'alleanza si giocherà nel settore cargo – quello del trasporto merci – e fa notare che altre società di logistica via mare guardano adesso ai cieli del mondo, mentre lo stesso Aponte è in trattative per rilevare da Vincent Bolloré le attività nei trasporti merci in Africa del francese.
Ma al di là della capacità che Aponte potrebbe avere di tirar fuori cifre significative dalla combinazione tra voli e viaggi marittimi, il punto che qui si vuole sottolineare è che qualsiasi soluzione arriverà per Ita sarà giunta in qualche modo troppo tardi. L'ennesimo intervento a favore di Alitalia –in poco meno di cinquant'anni, ossia dal 1974 al 2020, Mediobanca ha calcolato che siano stati spesi quasi 13 miliardi di euro in fondi pubblici per assicurare la sopravvivenza della compagnia – ha preso lo scorso anno la forma di una ricapitalizzazione da 1,35 miliardi della nuova Ita, dopo che Bruxelles aveva imposto all'Italia di cancellare il prestito da 900 milioni alla "vecchia" Alitalia, di cui 700 milioni sono stati già versati. Parte di questa ultima iniezione da 1,35 miliardi di soldi pubblici si potrà probabilmente recuperare – visto che l'offerta italo-tedesca valorizzerebbe l'intera Ita tra gli 1,2 e gli 1,4 miliardi – ma chiederebbe comunque che lo Stato continui a mantenere una partecipazione, anche se di minoranza.
Soprattutto, se l'offerta di Aponte e Lufthansa non si concretizzasse, così come quelle alternative di cui si parla in questi giorni, il governo dovrebbe probabilmente rimetter mano al portafoglio: la pandemia falcia anche i trasporti aerei e non fa certo sconti alle compagnie più deboli, anzi. Così Ita, che prevedeva nel primo scorcio di attività – i due mesi e mezzo finali del 2021 – incassi per oltre 170 milioni si è dovuta accontentare di fatturare meno della metà di quella cifra. Una ragione in più per non contare su un futuro in splendida solitudine, ma di pensare all'ingresso in un gruppo più ampio di cui Ita sarà solo una parte. Con buona pace di chi, nelle campagne elettorali permanenti di questi anni, ha sempre preferito procrastinare il problema, spingendolo in là con una bella iniezione di fondi pubblici.

©RIPRODUZIONE RISERVATA

L'opinione

Spingere il problema di Alitalia sempre più in là, come hanno fatto i governi per anni, è servito solo a bruciare una montagna di soldi dei contribuenti

BUCCHI

Palazzo Europa

ANDREA BONANNI

Dalla politica estera ai diritti, il fossato è sempre più largo

La crisi ucraina è arrivata ad approfondire ulteriormente il fossato tra le due Europe, un fossato che si fa sempre più difficile da colmare. Mentre i Paesi della Vecchia Europa cercano disperatamente di promuovere una soluzione diplomatica al braccio di ferro che oppone la Russia all'Occidente, i governi dell'Europa centro-orientale si muovono in ordine sparso. Se la maggioranza, guidata da polacchi e baltici, spinge per alzare il livello del confronto anche sul piano militare chiedendo di rafforzare i contingenti della Nato sul proprio territorio e di aumentare le forniture belliche a Kiev, una minoranza filo-russa guidata dal presidente croato Zoran Milanovic prende decisamente le parti di Mosca e attacca il governo ucraino.
Ma il fossato è largo, e non comprende solo la politica estera. Secondo Transparency International, i tre Paesi Ue dove la percezione della corruzione è più alta sono Ungheria, Bulgaria e Romania, mentre in Slovenia «la situazione sta rapidamente deteriorando». Una tendenza preoccupante che, come ricorda la commissaria ai diritti Vera Jurova, spesso si associa a un deterioramento dell'indipendenza dei mezzi di informazione e del sistema giudiziario.
Proprio sul fronte del rispetto dei diritti fondamentali, lo scontro si fa sempre più duro. In attesa della decisione della Corte di Giustizia che autorizza la possibilità di condizionare le elargizioni dei fondi europei al rispetto dello stato di diritto, la Commissione ha deciso di detrarre comunque dai fondi destinati alla Polonia le multe già comminate dalla Corte e che Varsavia si rifiuta di pagare. Si tratta di una sanzione di un milione al giorno per il mancato rispetto dell'ordine di eliminare la commissione disciplinare della magistratura e di un'altra multa di 500 mila euro al giorno per non aver chiuso una miniera di carbone al confine con la Repubblica Ceca.
Intanto la Commissione continua a tenere bloccata l'approvazione dei piani di Polonia e Ungheria per i fondi Next Gen Eu.
Ma anche su questo fronte i Paesi dell'Est non intendono prendere la via della conciliazione. Polonia e Ungheria, infatti, minacciano per ritorsione di mettere il veto su tutte le decisioni europee che richiedano l'unanimità.
La prima vittima potrebbe essere la direttiva che dà esecuzione alla decisione dell'Ocse di imporre una tassa minima del 15 per cento per le grandi multinazionali. Ma anche molte norme in preparazione per gestire la transizione ecologica potrebbero finire bloccate dal veto dei governi populisti dell'Europa orientale.
Se si continua su questa strada, il grande sogno della riunificazione europea che illuminò l'inizio del nuovo millennio potrebbe trasformarsi in un incubo difficile da gestire.

©RIPRODUZIONE RISERVATA

L'opinione

La crisi ucraina accresce le distanze tra Vecchia Europa e Paesi centro-orientali
A rischio il grande sogno della riunificazione

la Repubblica Affari&Finanza

DIRETTORE RESPONSABILE: Maurizio Molinari
VICE DIRETTORE VICARIO: Dario Cresto-Dina
VICE DIRETTORI: Stefania Aloia, Francesco Bei, Carlo Bonini, Gianluca Di Feo, Francesco Guerrera, Angelo Rinaldi (art director)
CAPOREDATTORI CENTRALE: Giancarlo Mola (responsabile), Andrea Iannuzzi (vicario), Enrico Del Mercato, Gianluca Moresco, Laura Pertici, Alessio Sgherza

AFFARI & FINANZA
DIRETTO DA: Roberto Rho
COORDINAMENTO: Fabio Massimo Signoretti (v. caporedattore).
SVILUPPO INIZIATIVE EDITORIALI: Fabio Bogo.
GRAFICA: Memmo Biancongino (caporservizio)

IN REDAZIONE: Luigi Gia (caporedattore), Stefano Carli (caposervizio), Paola Jadeluca (caposervizio), Luca Piana (caposervizio), Irene Maria Scalise (redattore)
CONSULENZA: Marco Panara, Adriano Bonafede, Eugenio Occorsio
GRAFICI: Antonella Macchia (vicecapo servizio), Ale Sordi
GEDI News Network S.p.A.
VIA ERNESTO LUGARO, 15 - 10126 - TORINO

CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE
PRESIDENTE: Maurizio Scanavino
AMMINISTRATORE DELEGATO E DIRETTORE GENERALE: Corrado Corradi
CONSIGLIERI: Gabriele Acquistapace, Fabiano Begal, Gabriele Comuzzo, Francesco Dini, Luigi Vanetti
SOCIETÀ SOGGETTA ALL'ATTIVITÀ DI DIREZIONE E COORDINAMENTO DI GEDI Gruppo Editoriale S.p.A.
PRESIDENTE: John Elkann

AMMINISTRATORE DELEGATO: Maurizio Scanavino
DIRETTORE EDITORIALE: Maurizio Molinari
PUBBLICITÀ: A. Manzoni & C.
VIA WINCKELMANN 1 - 20139 MILANO. TEL. 02/574941
SUPPLEMENTO AL NUMERO ODIERNO DE "LA REPUBBLICA"
TITOLARE TRATTAMENTO DATI: Gedi News Network S.p.A.
SOGGETTO AUTORIZZATO AL TRATTAMENTO DATI (REG. UE 2016/679):
IL DIRETTORE RESPONSABILE DELLA TESTATA

L'analisi

OSCAR GIANNINO

NON C'È CRESCITA SE NON SI CAMBIA MARCIA SULL'IMMIGRAZIONE

Domanda: se si vuole crescere, come si fa a reggere 200mila occupati in meno per anni ogni anno, grazie all'abisso della curva demografica? Tra i tanti quesiti irrisolti dell'equazione italiana, questo ha una forza strutturale che solo ciechi o malfidati possono ignorare. La legge Bossi-Fini del 2002 disponeva un decreto-flussi ogni anno per fissare nel successivo il numero di immigrati cui consentire ingresso regolare in Italia. Tuttavia sotto i colpi del populismo il problema ha finito per esser regolato sotto impulsi di tutt'altro tipo, rispetto al fabbisogno di occupati e al loro profilo. Ma i fatti, sempre che la politica vogli considerarli, mostrano inequivocabilmente che è il momento di cambiare decisamente atteggiamento.

I colpi che la curva demografica porta agli occupati potenziali sono ormai durissimi. I numeri li ricorda un recente studio dell'Istituto Cattaneo e sono da far tremare i polsi. Per il solo effetto dei mutamenti della demografia, il numero di occupati di 15-64 anni rispetto al 2012- 20 negli anni 2022-30 calerà nel Centro-Nord di più di 1,2 milioni di unità, perché le nuove generazioni non risuciranno a colmare i vuoti dei nuovi pensionati. Il fenomeno si concentra nelle corti di lavoratori fino ai 50 anni. E riguarda soprattutto i lavoratori con basso titolo di studio. Quindi, per il solo effetto della demografia, verranno a mancare centinaia di migliaia di giovani con basso titolo di studio, mentre quelli con alto titolo saranno più numerosi ma invecchiati. Il che non conforta: per diplomati e laureati, per tutto il prossimo decennio, i maturi continueranno a fare da tappo per i giovani che si affacciano al mercato del lavoro.

Nell'Italia del Nord da parecchi anni coesistono immigrazioni di personale non qualificato ed emigrazione di giovani con elevato titolo di studio. L'invecchiamento della forza lavoro, nell'ipotesi di mortalità e migrazioni zero e di costanza di cittadinanza, si osserva sia per gli italiani che per gli stranieri. Solo per gli stranieri l'incremento dei lavoratori maturi appare in grado di compensare il deficit dei giovani. Considerando simultaneamente la cittadinanza e il titolo di studio per gli occupati con titolo basso, si osserva come il calo riguardi solo i cittadini italiani. Per gli stranieri con un titolo basso, infatti, gli occupati restano abbastanza stabili o addirittura in leggero aumento. Anche gli occupati stranieri con titolo basso, tuttavia, invecchiano sensibilmente. Di conseguenza, se nel Centro-Nord Italia il mondo del lavoro del 2022-30 fosse identico a quello del 2012-20, per effetto dei soli mutamenti demografici gli occupati diminuirebbero di 1,2 milioni di unità, saldo fra un calo di 1,6 milioni a basso titolo di studio e un aumento di 400 mila ad alto titolo. Contemporaneamente, sia la platea dei lavoratori più istruiti che quella dei meno istruiti sarebbe fortemente invecchiata. Particolarmente rapida sarebbe la diminuzione dei lavoratori poco istruiti italiani under 50, che nel giro di appena un decennio quasi si dimezzerebbero, passando da 3 a 1,6 milioni.

Nel Mezzogiorno le cose andrebbero diversamente, per il fatto che il ripido abisso delle nascite ha iniziato storicamente a manifestarsi più tardi. Infatti gli occupati 2022-30 aumenterebbero, perché l'incremento degli over 50 sarebbe maggiore del decremento degli under 50.

L'aumento totale degli occupati riguarderebbe sia i lavoratori italiani che stranieri, con un forte aumento delle donne occupate. Come nel Centro-Nord, anche al Sud il calo di occupati riguarderebbe i lavoratori a basso titolo di studio, compensati dall'aumento di quelli più qualificati in tutte le classi di età superiori ai 30 anni. Tuttavia anche al Sud si perdono occupati potenziali a titolo basso.

Per effetto delle diversità demografiche tra Nord e Sud, risulta di conseguenza difficile immaginare che nel prossimo decennio nel Nord si esaurisca la forte tendenza all'uscita di persone con titolo di studio elevato, mentre al Sud ci sarà domanda non coperta delle imprese per lavoro meno qualificato.

Lo studio dell'Istituto Cattaneo è formulato sulla base di immigrazione invariata rispetto al 10% di stranieri al Nord attuale e alla percentuale significativamente molto inferiore al Sud, proiettando dati e andamenti della rilevazione continua Istat delle forze di lavoro, e incorporando solo gli effetti della curva demografica. Ergo non contempla gli effetti di tutto ciò che potrebbe cambiare: nuove forti ondate migratorie, aumento degli occupati soprattutto tra donne e giovani (stentiamo però da decenni a superare la quota del 59% tra i 15 e i 64 anni), o forti e auspicabili aumenti della produttività. E non è affatto detto che diplomati e laureati insoddisfatti della domanda di lavoro continuino a diventare Neet, e non accettino invece di riorientarsi verso qualifiche basse pur di uscire da inattività. Né lo studio immagina significativi aumenti della produttività. Tuttavia una cosa è certa: i segnali che si manifestano da quando nel 2021 la ripresa italiana si è rafforzata sono esattamente quelli di carenza di offerta concentrata nelle qualifiche tecniche, con punte già a doppia cifra percentuale di domanda inevasa nella manifattura e nelle costruzioni. Ciascuna di queste variabili può avere modifiche nei prossimi dieci anni. Ma la curva demografica parla chiaro. Non c'è modo di affrontare un calo annuale medio di 200 mila lavoratori con basso titolo di studio under 50 senza immaginare un cambio di marcia su quanti immigrati vogliamo, con quali titoli di studio e con quale formazione offrire a loro e ai loro figli. Quanto più non siamo rassegnati a tornare rapidamente a tassi di crescita dello zero virgola, tanto più questo problema dovrebbe essere considerata una vera e grande priorità. Che la politica sia disposta a farlo buttando al macero le sue bandierine, è tutt'altro paio di maniche.

©RIPRODUZIONE RISERVATA

Frontiera Fintech

BENEDETTA ARESE LUCINI

IL TEST DELLA PAZIENZA PER GLI INVESTITORI IN FONDI ESG

Quando si parla di investimenti, è sempre più attuale parlare di fondi o strategie cosiddette Esg, che considerano investimenti solamente in aziende attente a temi ambientali, sociali e di governance. Gli investitori italiani oggi in media hanno 35 anni, un numero molto inferiore ai 48 di media di dieci anni fa. Questo gruppo di millennials e generazione Z comincia a investire presto, facendo anche da soli su piattaforme digitali, e si confronta non solo con consulenti finanziari ma molto più con i propri coetanei anche tramite i canali social. Questa attenzione al mercato green e socialmente responsabile ha portato anche molti grandi fondi finanziari, in primis Blackrock, a cambiare direzione nelle loro strategie di investimento, privilegiando quindi quelle aziende che rispettano il pianeta. Il fondatore e ceo, Larry Fink, nella sua famosa lettera ai chief executive officer, infatti, ha evidenziato l'importanza di creare e sviluppare aziende che abbiano uno scopo, oltre a quello di generare profitti, e che includa quello di migliorare il pianeta e la società che gli sta intorno. Questo porterà una profittabilità più duratura nel tempo e attrarrà più investitori.

Con la pandemia, nel 2021 molti fondi Esg hanno avuto il loro migliore anno. Il MSCI World Esg Leaders, l'indice che aggrega le aziende attente alle tematiche Esg nel mondo, ha avuto una performance del 22% nel 2021, mentre l'indice standard MSCI World ha fatto il 15%. I fondi Esg nel mondo hanno conosciuto il loro anno migliore, raccogliendo capitale pari a quasi 700 miliardi di dollari, più del doppio del 2019, rappresentando ora il 10% del patrimonio globale allocato in fondi.

I fondi Esg sono principalmente composti da investimenti nel settore tecnologico, aziende che quindi hanno beneficiato enormemente dalla pandemia e che hanno visto le loro valutazioni crescere negli ultimi due anni. Per esempio, Vanguard Social Index ha quasi il 33% della composizione in società tecnologiche, iShares Global Clean Energy il 23%.

Il 2022 potrebbe però rallentare o invertire questa tendenza e causare non solo una sottoperformance del settore rispetto al mercato in generale, ma un movimento di capitali che torna a investire in aziende di gas e petrolio, o comunque aziende cosiddette *value*, cioè stabili nel tempo, con profitti ricorrenti e che vendono prodotti o servizi poco correlati all'andamento di mercato. Per esempio le aziende che vendono energia o prodotti di primo consumo che verrebbero comunque acquistati anche se l'economia globale rallentasse.

Se guardiamo il Nasdaq, l'indice che raccoglie le aziende del settore It, da inizio anno ha perso oltre il 10%, mentre l'Etf iShares MSCI Global Energy Producers ha guadagnato il 13.66% nei primi 20 giorni dell'anno. Con l'economia che riapre, i settori del gas e del petrolio stanno infatti avendo una performance molto migliore rispetto a quella dell'energia rinnovabile. Invesco Solar Etf ha perso il 13% da inizio anno e iShares Global Clean Energy ha perso il 10%, mentre il prezzo del petrolio ha superato gli 80 dollari al barile, il massimo prezzo da inizio 2015. E ci si aspetta che la domanda per il petrolio globale supererà i livelli del 2019 entro marzo 2022. E JpMorgan stima una continua crescita fino al 2023.

In questo scenario, i fondi Esg faranno fatica a dimostrare la loro performance superiore e potrebbero perdere molti degli investimenti raccolti negli ultimi anni. Questa fase di mercato, che predilige l'investimento in azioni *value*, come le società di energia e le public utilities, che hanno alti dividendi, flussi di cassa prevedibili e una forte componente di anti-ciclicità con il mercato, potrebbe quindi dimostrarsi complicata per le performance di fondi Esg che invece nel loro portafoglio tendono a prediligere aziende tecnologiche con profittabilità molto basse, o aziende di energia rinnovabile che richiedono grandi investimenti di capitale.

La vera sfida del 2022 sarà vedere quanto gli investitori sono pazienti e quanto davvero le tematiche Esg possono continuare a guidare le loro decisioni di investimento o quanto la ricerca di una profittabilità dei portafogli anche a corto o medio termine porterà a un flusso di denaro che si allontana da questi fondi verso società storicamente meno attente al loro impatto ambientale e sociale.

©RIPRODUZIONE RISERVATA

Il libro

MARCO PANARA

L'Italia vista dai cervelli in fuga "Questo non è il Paese del futuro"

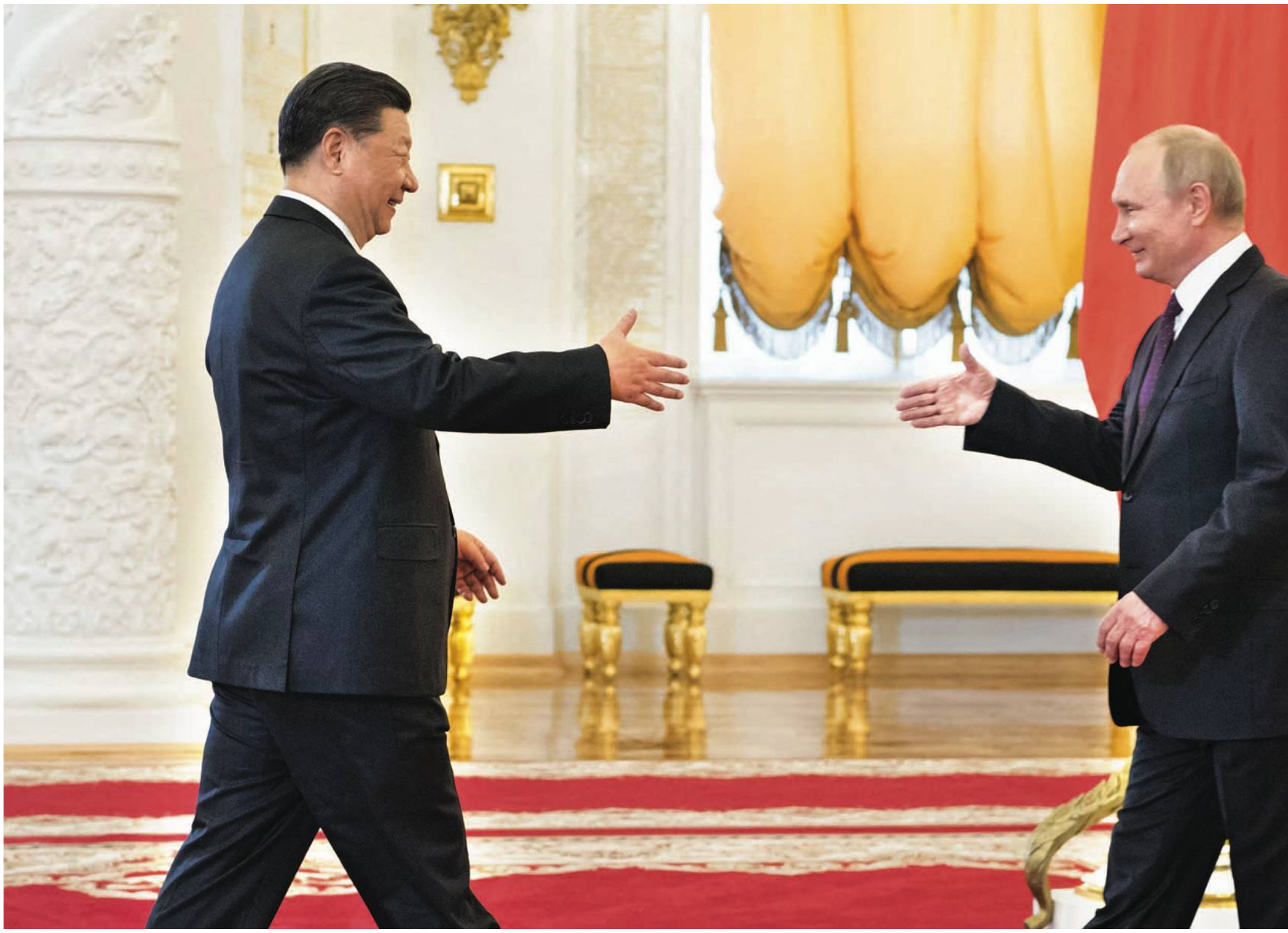
Il futuro non può aspettare
Michela Grasso
DeAgostini
Pagine 245
Euro 15,90

Eravamo un popolo di migranti spinti dalla povertà. Continuiamo a esserlo spinti dal bisogno di immaginare un futuro. Molti, del milione circa di ragazzi che negli ultimi dieci anni sono andati a lavorare o studiare all'estero, non avevano problemi di sopravvivenza, hanno scelto sulla base della sensazione che l'Italia andasse loro stretta, che il Paese non apprezzasse il loro potenziale e non offrisse adeguate opportunità. "Il futuro non può aspettare" racconta la fuga dei cervelli dal punto di vista dei cervelli in fuga, racconta che per loro il nostro non è il Paese del futuro o nel quale riuscivano a immaginare un futuro in linea con le loro aspirazioni. Che molti giovani partano non è un dramma, formazione internazionale, esperienze, multiculturalità sono una ricchezza, il dramma è in quella percezione che li spinge, è nel fatto che dietro quella percezione c'è la realtà di un Paese vecchio che non investe nel proprio tesoro. Che vede partire i giovani e non è una meta attraente per i giovani degli altri Paesi. Il futuro lo si cerca dove lo si vede e il suo indirizzo non sembra essere in Italia.

©RIPRODUZIONE RISERVATA

Villaggio globale

Storie & reportage



L'Orso e il Dragone

Tra Xi e Putin un'amicizia speciale a tutto business

GIANLUCA MODOLO, PECHINO

Gli scambi commerciali tra i due Paesi sono a livelli record. E un nuovo gasdotto (di cui i due leader parleranno alle prossime Olimpiadi) raddoppierà il flusso di gas dalla Siberia alla Cina. Che ne ha un gran bisogno per superare la dipendenza dal carbone

Accomunate dal "nemico" americano e dalle pressioni dell'Occidente su diritti umani, democrazia e pericolose manovre militari, Pechino e Mosca continuano a fare insieme grandi affari. L'anno appena concluso è stato particolarmente proficuo: l'interscambio commerciale tra Cina e Russia ha raggiunto il volume record di 146,88 miliardi di dollari nel 2021, un +35,8% annuo, secondo i dati pubblicati dalle dogane cinesi. Obiettivo per il 2024: arrivare a 200 miliardi. E se la situazione ai confini con l'Ucraina dovesse precipitare e nuove sanzioni dovessero arrivare, allora l'abbraccio dell'orso russo con il dragone cinese aspettiamoci si faccia ancora più stretto.

Un rapporto tra i due – anzi, una "partnership strategica", come sia al Cremlino sia a Zhonghanhai amano chiamarla – al momento però sbilanciato. Nel 2021 la Cina ha rappresentato circa il 18% del fatturato commerciale complessivo della Russia. Al contrario, la quota russa del fatturato commerciale cinese è stata poco più del 2%. È chiaro chi tra i due faccia la parte del leone, sempre per rimanere in tema di metafore animalesche.

Come arrivare all'obiettivo dei 200 miliardi? La parola chiave, anzi la materia chiave, è ancora una volta il gas. Dopo l'accordo, nello scorso mese di giugno, al Forum economico di San Pietroburgo raggiunto tra la russa Novatek e la cinese Zhejiang Provincial Energy Group sulla fornitura di almeno un milione di tonnellate di gas naturale liquefatto all'anno per almeno 15 anni all'interno del progetto Arctic Lng2, durante le Olimpiadi invernali che si aprono a Pechino il 4 febbraio Vladimir Putin e Xi Jinping si incontreranno – per la prima volta da mesi – faccia a faccia: un tête à tête che servirà ai due "amici", come amano chiamarsi a vicenda, per ricominciare a parlare e forse a finalizzare l'avvio del mega gasdotto Power of Siberia 2 che attraverso la Mongolia porterà 50 miliardi di metri cubi di gas russo in Cina all'anno.

IL RECIPROCO INTERESSE

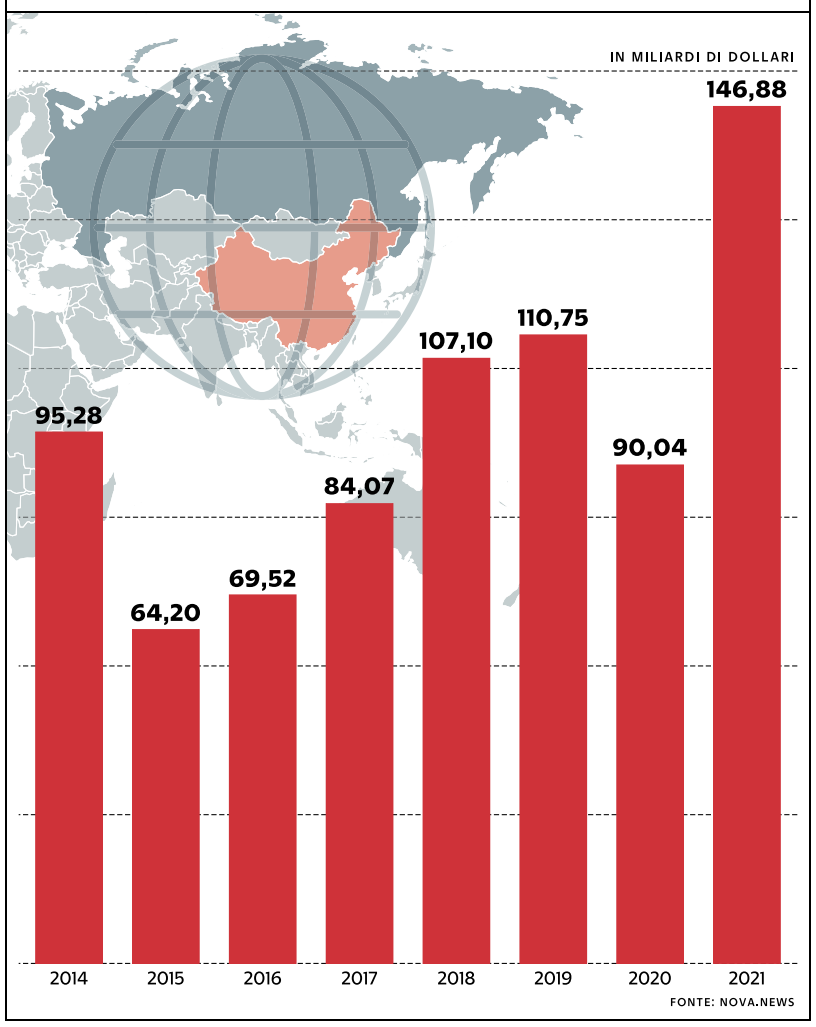
Mosca deve diversificare le sue esportazioni – vista la tesa situazione geopolitica – e Pechino ha un estremo bisogno di importare soprattutto per ridurre la propria dipendenza dal carbone e portare a compimento la sua rivoluzione verde. Il consumo annuale di gas della Cina (che già oggi è il maggior consumatore al mondo e compra circa il 43% di gas dall'estero) dovrebbe raggiungere i 620 miliardi di metri cubi entro il

1 Il presidente cinese Xi Jinping stringe la mano al presidente russo Vladimir Putin durante un incontro ufficiale a Mosca

LI XUEREN/XINHUA/XINHUA/AFP

I numeri

L'AUMENTO DELL'INTERSCAMBIO
I COMMERCI TRA CINA E RUSSIA SONO IN SENSIBILE INCREMENTO



FONTE: NOVA.NEWS

Focus

E LA BORSA DI KIEV PARLA CINESE

Quasi a dimostrazione della sintonia tra Xi Jinping e Vladimir Putin, nel pieno della crisi sull'Ucraina e del braccio di ferro tra Russia e Usa, la Borsa merci di Hong Kong ha preso il controllo della Borsa di Kiev. Cioè il mercato dove sono quotati i big industriali, minerari ed energetici dell'Ucraina del presidente Volodymyr Zelens'kyj (in foto).

2040 e superare il petrolio come principale fonte di combustibile entro il 2050. In tempo per arrivare alla neutralità carbonica dieci anni più tardi.

Del progetto i due presidenti discussero anche durante l'ora e mezza di telefonata del 15 dicembre scorso. Appena un giorno dopo Putin invitò al Cremlino il presidente mongolo Ukhnaagiin Khurelsukh, terzo attore di questa partita. Di un secondo impianto, che riesca quasi a raddoppiare la quantità di gas russo verso la Cina, si parla in realtà da anni. Progetto finora rimasto sulla carta per alcune incomprensioni sul percorso che dovrebbe seguire. Gazprom preferiva partire dalla Siberia occidentale e arrivare nel Xinjiang cinese passando per i monti Altai. Pechino voleva che il gas arrivasse attraverso la vicina Mongolia. Alla fine i cinesi l'hanno spuntata e ci si è accordati su quest'ultimo tragitto.

L'accordo, per i russi, assume una rilevanza particolare soprattutto ora con le tensioni con l'Europa riguardo alla crisi ucraina. Come faceva notare giustamente Alexander Gabuev, del Carnegie Moscow Center, parlando con il quotidiano Nikkei, «a differenza del precedente gasdotto di Gazprom verso la Cina (il Power of Siberia 1, operativo dal 2019 e che fornirà alla Cina 39 miliardi di metri cubi all'anno una volta raggiunta la piena capacità entro il 2025, *ndr*), questo attingerebbe agli stessi giacimenti di gas (la penisola siberiana di Yamal, *ndr*) che la compagnia usa per rifornire il mercato europeo. Rendere operativo il Power of Siberia 2 fornirebbe quindi a Gazprom un'ulteriore leva quando si parla con i clienti europei». Un'arma in più per aprire e chiudere i rubinetti a piacimento, insomma.

I CONTATTI CON ULAN BATOR

Per vedere realizzato il gasdotto – se alla fine, come molti credono, la firma arriverà – bisognerà aspettare ancora qualche anno: almeno fino al 2030. Quello che si sta muovendo in terra mongola, però, è un segnale della volontà di accelerare il più possibile la realizzazione. Gazprom ha già registrato nel Paese una propria succursale e avviato contatti con il governo di Ulan Bator per iniziare la costruzione di un primo tratto tra due anni.

Pure la Cina vuole accelerare: buona parte del gas naturale che Pechino importa dall'estero passa dallo Stretto di Malacca, la "superstrada dei mari", e le tensioni nel Mar cinese meridionale, con le navi americane a pattugliare, suggeriscono di provare a costruire vie alternative in fretta.

Alleati, poi avversari, poi di nuovo ottimi vicini di casa, con Xi e Putin i due Paesi hanno formato una partnership economica, militare, geopolitica e perfino spaziale sempre più stretta (si parla da tempo di una nuova stazione internazionale di ricerca lunare sino-russa per fare concorrenza al progetto Artemis a guida americana). Un rapporto, quello tra Mosca e Pechino, che è cambiato costantemente: dal cameratismo (geloso) di Mao con Stalin, alla scissione sino-sovietica e a una quasi guerra negli anni 60, al riavvicinamento negli anni 90 e 2000. Non un'alleanza, ma un avvicinamento cruciale.

A cementare lo speciale rapporto – dopo anni di diffidenze e tensioni – quest'anno dovrebbe essere inaugurato il primo ponte ferroviario che collegherà la città cinese di Tongjiang con quella russa di Nizhneleninskoye, sul fiume ghiacciato dell'Amur, o l'Heilong come lo chiamano i cinesi. Oltre duemila chilometri che sono un'arteria fondamentale per connettere l'estremo Nord-Est del Dragone con la ferrovia Transiberiana. Il ponte è pronto, se ne sta lì, in attesa che i due leader lo "battezzino". Un altro tassello di questa amicizia molto speciale.

©RIPRODUZIONE RISERVATA

Paris Express

ANAIS GINORI

La Francia fa da apripista alle regole per le piattaforme

La Francia è il primo paese Ue ad applicare concretamente le nuove regole imposte dalla direttiva europea sui servizi media audiovisivi. Dopo lunghe trattative è stata firmata una intesa tra Netflix, Amazon Prime Video, Disney+ e il Csa (Consiglio superiore dell'audiovisivo). In base al nuovo accordo le piattaforme dovranno a investire il 20% del loro fatturato realizzato sul territorio francese. L'80% di questo 20% dovrà essere destinato a show, film, serie e documentari distribuiti in anteprima ed esclusiva sulla piattaforma di streaming. Il restante 20% di quel 20%, oppure il 4% del fatturato totale della piattaforma in Francia, sarà invece investito in film francesi da distribuire prima in sala e che, per la successiva distribuzione altrove, dovranno rispettare il regime nazionale delle finestre temporali, quella che viene chiamata "chronologie des médias".
Finora solo i player locali avevano obblighi di legge per finanziare i contenuti locali, a cominciare da Canal Plus che ha siglato analoga intesa impegnandosi a investire 600 milioni di euro in film francesi ed europei nel triennio 2022-2024. Secondo il Csa gli investimenti degli ott in Francia saranno all'interno di una forbice tra i 250 e i 300 milioni di euro all'anno. Solo Netflix si prepara a investire circa 200 milioni di euro all'anno in prodotti audiovisivi francesi: già finanziati dieci film originali francesi, e in preparazione ce ne sono altri 15-20 da distribuire in sala nel 2023.
In parallelo, il governo ha anche rivisto le finestre temporali per la diffusione. La Francia è stata finora il paese che ha messo più barriere alle piattaforme, in nome della difesa del suo sistema pubblico di finanziamento. Una posizione che ha impedito a molti autori prodotti da Netflix, come ad esempio Paolo Sorrentino, di partecipare al festival di Cannes. La riforma era molto attesa, dato che le regole attuali scadevano all'inizio di febbraio. La principale conseguenza per il pubblico è che i nuovi film saranno disponibili su Canal Plus, lo storico finanziatore del cinema francese, sei mesi dopo la loro uscita nelle sale, contro gli otto mesi attuali. Seguiranno i servizi di video in abbonamento, secondo il loro contributo alla produzione: Netflix potrà trasmettere i film 15 mesi dopo la loro uscita, le altre piattaforme, che non hanno firmato l'accordo, dopo 17 mesi. Sono più avanti dei canali televisivi gratuiti, questi ultimi trasmettono ancora film 22 mesi dopo la loro uscita nelle sale. La riforma non è stata giudicata soddisfacente da altre piattaforme, come Disney +, che per il momento hanno scelto di non aderire.

©RIPRODUZIONE RISERVATA

Brexit and the City

ANTONELLO GUERRERA

Cercasi 1,2 milioni di lavoratori e Johnson esibisce i muscoli

Ora Ken Loach potrebbe davvero trovare ispirazione per il seguito del film "Io, Daniel Blake".
Perché il governo di Boris Johnson ha annunciato una riforma del sistema del ricollocamento dei lavoratori e dei sussidi di disoccupazione che di certo già fa molto discutere. Il motivo della svolta è uno: l'enorme quantità di posti di lavoro vacanti a causa del Covid, che ha cambiato esigenze, professionalità e tempi del mercato, e della Brexit, per la quale è molto più difficile colmare queste voragini occupazionali con immigrati europei talvolta a basso costo, come i cittadini dell'Est Europa. Negli ultimi mesi, difatti, si è arrivati a picchi di ben 1,2 milioni di posizioni lavorative scoperte nel Regno Unito, soprattutto in settori come costruzioni, assistenza sociale e sanitaria, autisti di camion e tir e industria della carne.
Così, per cercare di risolvere il problema e ricollocare il prima possibile forza lavoro dove serve, il governo Johnson ha partorito una riforma piuttosto radicale. E giovedì scorso ha annunciato, per esempio, che il tempo per trovarsi un lavoro nel settore di propria competenza, attraverso le agenzie di collocamento ufficiali, scenderanno presto addirittura da 12 a 4 settimane. Altrimenti, dopo neanche aver ricevuto il primo mese di sussidio, si sarà costretti ad accettare qualsiasi altro tipo di lavoro e relativa formazione messi a disposizione dal governo. E se si rifiuta quest'ultimo o non si mostra "impegno" a cercarne uno alternativo, si perde immediatamente buona parte del sussidio di disoccupazione per affrontare le spese quotidiane e relativo welfare, detti oltremanica "Universal Credit".
L'obiettivo della campagna governativa "Way to Work" è ricollocare, dove serve più urgentemente, almeno 500mila lavoratori nelle prossime settimane. Critico il partito laburista, così come alcuni esperti del lavoro, che considerano controproducente questa riforma perché la finestra di 4 settimane sarebbe troppo stretta. Ciò costringerebbe molti disoccupati a lavori peggiori, con salari più poveri, interrompendo così le loro carriere: "Si tratta di un metodo deleterio", ha detto al *Guardian* Ruth Patrick, docente di politica sociale all'Università di York, "che trascina i lavoratori in impieghi instabili e inadatti".

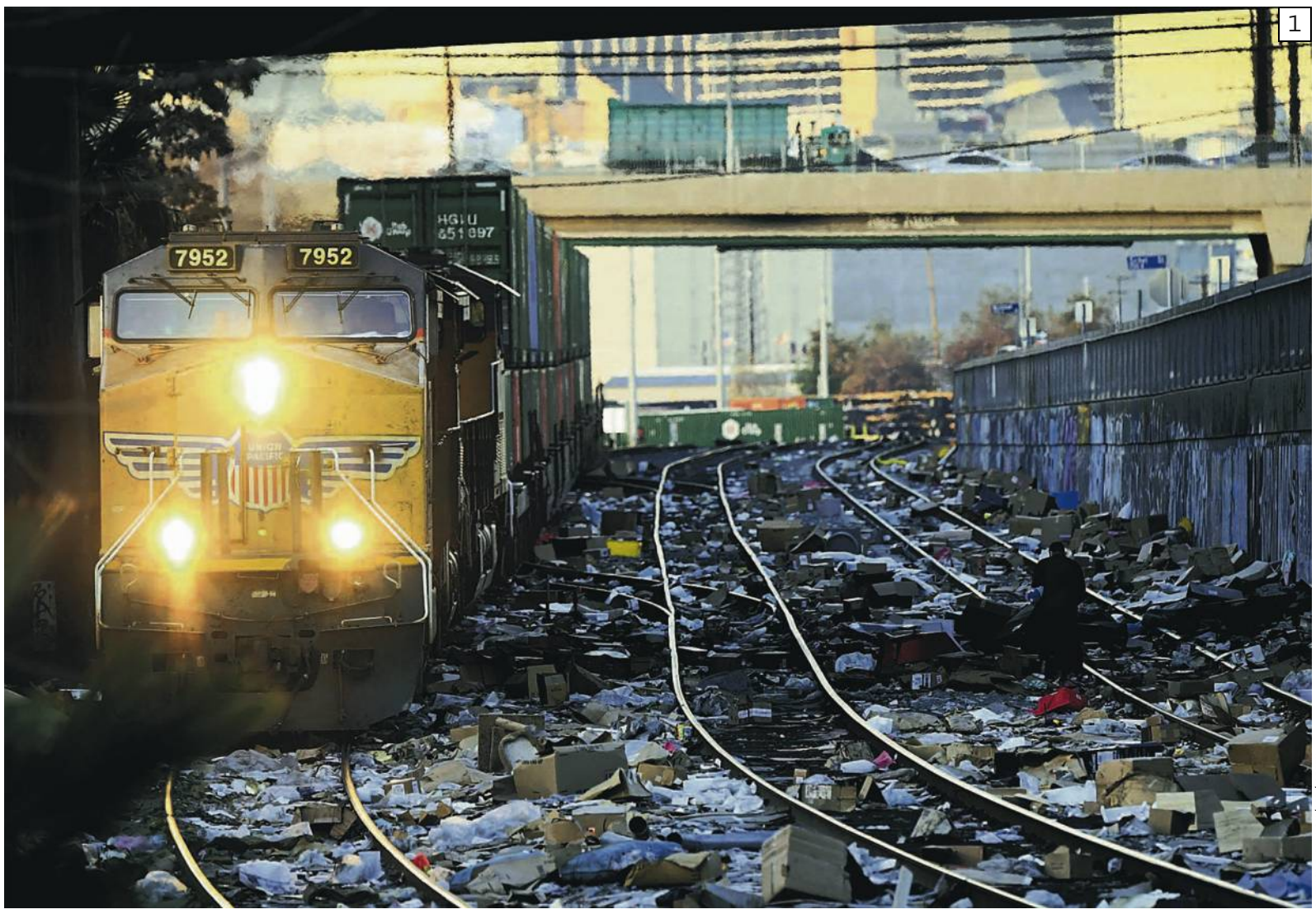
©RIPRODUZIONE RISERVATA

Come ai tempi del Far West

Crisi delle forniture e boom Amazon negli Usa tornano gli assalti ai treni

PAOLO MASTROLILLI, NEW YORK

Gli imbuti creati dal Covid nella catena della logistica hanno paralizzato i trasporti, soprattutto in California
E i nuovi Jesse James approfittano delle lunghe soste forzate lungo i binari dei convogli carichi di merci, pacchi e addirittura armi da fuoco, per rapinarli



1

PATRICK T. FALLON/AFP/GETTY

Correva l'anno 1873, per la precisione il 21 luglio, quando Jesse James immaginò questo audace piano. Una volta saputo l'orario esatto in cui il treno con la cassaforte della U.S. Express Company sarebbe transitato per Adair, in Iowa, con i suoi complici allentò il binario della Chicago, Rock Island and Pacific Railway. Quando la locomotiva arrivò alla curva cieca dietro cui i banditi si erano nascosti, Jesse ordinò di tirare con forza la corda a cui lo avevano legato. Il binario si spostò, facendo deragliare i vagoni. Il macchinista morì sul colpo nell'incidente, ma il resto del treno si fermò senza grossi danni lungo le rotaie. Allora James e suo fratello Frank salirono sopra per aprire la cassaforte. Dentro però ci trovarono solo duemila dollari, e quindi per rifarsi della delusione rapinarono tutti gli impauriti passeggeri, portando via soldi e qualunque altro oggetto di valore.

Questa rapina contribuì a creare il mito di Jesse James e aprì l'epopea degli assalti ai treni, assai più allettanti e profittevoli di quelli alle diligenze. Nel 1899, ad esempio, Butch Cassidy fece saltare con la dinamite un intero ponte del Wyoming, in modo da bloccare e isolare un convoglio. Così potè rubare i 30.000 dollari della famigerata Wilcox Train Robbery, a cui poi nel 1903 si sarebbe anche ispirato il film muto "The Great Train Robbery".

Quei vagoni correvano sui binari della Union Pacific Railroad, fondata 160 anni fa ad Omaha, in Nebraska. Oltre un secolo dopo, la compagnia sperava di essersi messa alle spalle queste storie da Far West. Ma l'America evidentemente non è cambiata, o almeno non fino al punto di lasciare in pace i treni. Dal dicembre del 2020 ad oggi, infatti, i furti ai danni dei vagoni proprio della Union Pacific sono aumentati del 160%, con una media di 90 container compromessi ogni giorno. Gli assalti però si sono moltiplicati durante l'epidemia di Covid, e in particolare da quando gli imbuti creati dal virus nella catena di approvvigionamento hanno paralizzato i trasporti. Soprattutto nella zona di Los Angeles, dove al porto di Long Beach arriva circa il 40% delle importazioni che raggiungono gli Stati Uniti via mare. Da qui, quando finalmente riescono a scaricarli dalle navi, i container vengono trasferiti con i camion. In larga parte vanno al centro di smistamento di Hollenbeck a Lincoln Heights, dove vengono caricati sui treni che poi li portano nel resto del paese, partendo dalle 275 miglia di binari che si intrecciano nella contea di Los Angeles. E appunto qui vengono rapinati, perché gli intoppi provocati dal blocco della supply chain obbligano i vagoni a restare fermi anche per giorni sulle rotaie, rimanendo così esposti agli assalti dei ladri. Il capo della polizia della città, Michael Moore, ha lanciato l'allarme perché tra le merci rubate ci sono anche armi, «decine di fucili e pistole, che minacciano di aggravare le violenze nelle nostre strade».

Per capire le dimensioni del problema, secondo il Los Angeles Times nell'ottobre scorso i furti ai danni della Union Pacific sono aumentati del 356% rispetto allo stesso mese dell'anno prima. La compagnia, che ha un valore complessivo di mercato di 155 miliardi e nel quarto trimestre del 2021 ha incassato profitti per 1,7 miliardi, ha anche subito perdite per 5 milioni di dollari durante l'anno passato a causa dei furti. E questa cifra non tiene conto dei soldi persi dai clienti, a causa della scomparsa dei beni spediti e mai consegnati, inclusi i pacchi di Amazon, United Parcel Service o FedEx.

Le immagini scattate sui luoghi dei furti, che ormai sono diventate virali, descrivono una realtà che il governatore della California Newsom ha definito senza mezzi termini «da paese del terzo mondo». Perché i ladri aprono i vagoni, prendono gli oggetti di maggior valore, e poi buttano per terra i cartoni in cui sono imballati o la merce che non li interessa. In qualche caso dei testimoni oculari hanno raccontato al *Los Angeles Times* di averli visti bivaccare tra i binari, perché tanto non correvano alcun rischio. Nei giorni scorsi Newsom si è vestito in maniche di maglietta ed è andato a ripulire le rotaie, approfittando dell'occasione per promuovere la sua riforma che darebbe 255 milioni di dollari alle forze dell'ordine nei prossimi tre anni, proprio allo scopo di combattere i furti sui treni, nei negozi, e quelli delle auto.

Ma di chi è la colpa di questa emergenza?

Il primo responsabile è il Covid, che ha creato gli intoppi nella supply chain, lasciando i vagoni alla mercè dei criminali. Nel frattempo, secondo il *Wall Street Journal*, a causa dell'epidemia circa 2.000 agenti si sono dimessi dal dipartimento di Polizia di Los Angeles (LAPD), lasciandolo senza gli uomini necessari per garantire l'ordine. A sua volta Union Pacific, che ha circa 200 guardie private per proteggere i propri treni lungo migliaia di chilometri di ferrovia, ha ridotto il personale. Così è rimasta con soli sei agenti a pattugliare i binari da Yuma, in Arizona, fino alla costa del Pacifico. Risultato: dal febbraio al dicembre dell'anno scorso LAPD ha arrestato 122 ladri sui treni. Eppure restano troppo pochi, per fermare le razzie.

I casi presentati alla procura di Los Angeles sono scesi da 78 nel 2019 a 47 nel 2021, e solo nel 55% delle occasioni è seguita l'incriminazione. L'unica speranza, in altre parole, sembra essere che il Covid vada via, mettendo così fine alla resurrezione del Far West.

©RIPRODUZIONE RISERVATA

160%

I FURTI

Da dicembre 2020 i furti sui treni della Union Pacific sono cresciuti del 160%

90

CONTAINER

Ogni giorno la Union Pacific registra 90 container compromessi

2

D.CORSON/CLASSICSTOCK/GETTY

L'opinione

La più colpita, anche 150 anni dopo, è la Union Pacific, che a ottobre ha registrato un aumento dei furti del 356% rispetto a 12 mesi prima
Alla nuova emergenza contribuiscono anche i tagli della compagnia e le dimissioni di agenti della polizia di Los Angeles

1 Una persona raccoglie merce sui binari disseminati di scatole, pacchi, pacchetti tirati giù da un treno della Union Pacific e aperti per rubarne il contenuto.
2 Assalto a un treno ai tempi del Far West nell'immagine di un film

A&F | la Repubblica

fuoriformat

Capital VISION

Economy Talk

OUTLOOK 2022: LO SLALOM DEI MERCATI TRA INFLAZIONE, TASSI E CRESCITA

31.01.2022 – ore 11

www.repubblica.it

INTERVERRANNO:

Donato Savatteri Responsabile Sud Europa T. Rowe Price

Michele Quinto Country Manager Italia Franklin Templeton

MODERANO:

Andrea Frollà e Mariano Mangia A&F - la Repubblica

Con il contributo di: T.RowePrice FRANKLIN TEMPLETON

Finanza

Società & mercati

Borse in tensione

Banche, risparmio ed energia i settori in trincea di Piazza Affari

1

VITTORIO ZUNINO CELOTTO/GETTY

LUCA PIANA

Un report di Intermonte confronta con i listini stranieri i livelli dei prezzi e la crescita attesa dei profitti per le società quotate a Milano. E individua i fattori che potranno garantire una migliore tenuta nelle turbolenze dei mercati

La cresta nevosa che sale verso l'Aguille du Midi, nel massiccio del Monte Bianco, ricorda i momenti vissuti in Borsa nelle ultime due settimane. Se si guarda a sinistra, il panorama appare rassicurante, sospeso tra i ghiacciai della Mer de Glace e la guglia dove approda persino la funivia da Chamonix. Verso destra chi soffre di vertigini non può nemmeno sporgersi, tale è la pendenza delle pareti che precipitano a valle. Le attuali turbolenze sui mercati finanziari riflettono la situazione analoga in cui si ritrovano gli investitori. Da una parte ci sono le aspettative di una crescita comunque sostenuta dei profitti di molte società quotate, che dovrebbero offrire una garanzia contro cadute eccessive dei titoli e forse spingerne alcuni verso l'alto. Dall'altra incombono le nubi che minacciano la ripresa globale e rendono difficile indovinare se quei profitti verranno davvero.

L'ufficio studi di Intermonte, principale broker indipendente attivo sulla Borsa di Milano, ha diffuso alla propria clientela un report che elabora le possibili strategie per il primo semestre a Piazza Affari. C'è un numero che balza agli occhi: per il campione di 60 società analizzate, che comprende tutte le più importanti, gli analisti prevedono che gli utili per azione cresceranno nel 2022 del 9,7%. Anche se l'anno appena iniziato segue un 2021 con un più 84,9% dei profitti, decisamente fuori scala e frutto soprattutto del confronto con il terribile 2020, si tratterebbe di una crescita molto sostenuta. La media europea è più bassa (più 7,4%, secondo il consensus) e quest'anno non sono attesi brillare nemmeno i profitti delle società tedesche (più 3,4%) e britanniche (più 2,7). Il punto, però, è capire se queste attese potranno materializzarsi oppure se i fattori che spaventano gli investitori - come le truppe russe ammassate alla frontiera con l'Ucraina o le contromisure che le banche centrali adotteranno contro l'inflazione - le manderanno in fumo.

«Questo 2022 è iniziato con un forte vento contrario e, adesso, il problema è la scarsa visibilità», spiega Alberto Villa, responsabile del team di Intermonte dedicato alla ricerca azionaria, che mette in fila gli elementi d'incertezza: gli effetti delle tensioni geopolitiche sui prezzi delle materie prime, la durata della stretta monetaria che la Fed è prevista far partire nelle prossime settimane, le ripercussioni sul dollaro, il mantenimento da parte della Bce di una politica monetaria comunque espansiva. «Questi fattori determineranno lo scenario economico di fondo e ci diranno se, in questo 2022, i principali Paesi riusciranno a mantenere tassi di crescita comunque decenti. Al momento continuiamo a pensare che la risposta a questo interrogativo, alla fine, sarà comunque positiva», dice Villa.

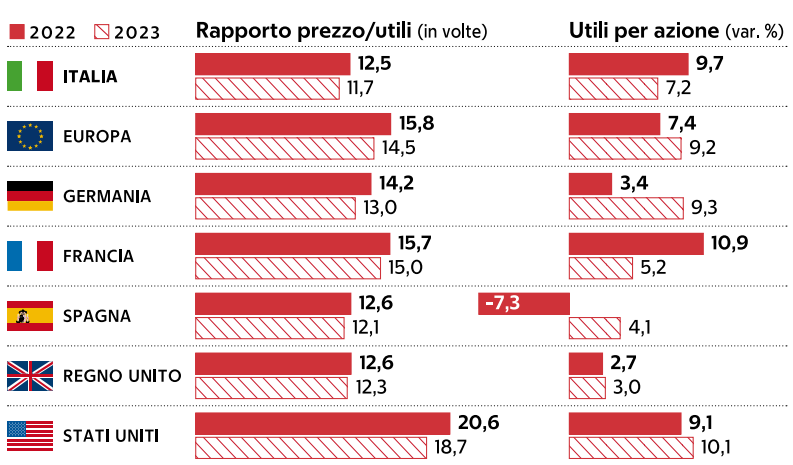
Il risultato di queste aspettative è una strategia che Intermonte definisce "comprare sulle debolezze". Le attese sulla crescita dei profitti si confrontano infatti con una situazione non troppo tirata dei prezzi dei titoli. A Milano le azioni quotano 12,5 volte gli utili attesi nel 2022, un livello leggermente più basso della media degli ultimi dieci anni (13,3). Germania (14,2) e Francia (15,7) sono più care, così come Stati Uniti (20,6) e Cina (18,3). Le ragioni per cui Piazza Affari è sempre qualche passo indietro i migliori sono strutturali e dipendono, in parte, dai settori più rappresentati, le banche, le assicurazioni, le utilities, la manifattura, che nella corsa globale dei titoli tecnologici sono stati lasciati indietro.

Queste debolezze, nel contesto attuale, possono però tramutarsi in un motivo di interesse. Il report osserva ad esempio che numerosi titoli milanesi continueranno a godere di ingenti flussi di cassa, che renderanno possibile la distribuzione di

1 L'ingresso di Palazzo Mezzanotte, sede della Borsa di Milano

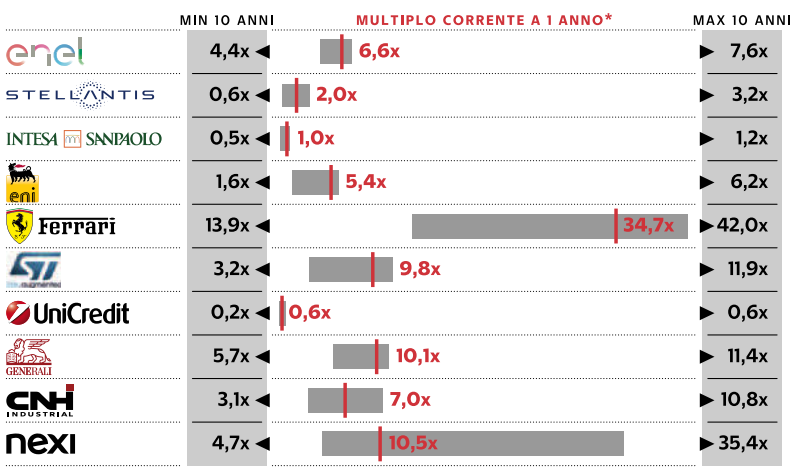
I numeri

IL PREZZO DELLE AZIONI E LA CRESCITA DEGLI UTILI
CONFRONTO FRA I TITOLI DI PIAZZA AFFARI E ALTRE BORSE INTERNAZIONALI



FONTE: INTERMONTE

DOVE STANNO I MULTIPLI RISPETTO AGLI ULTIMI 10 ANNI
PER I TITOLI A MAGGIOR CAPITALIZZAZIONE DELLA BORSA DI MILANO

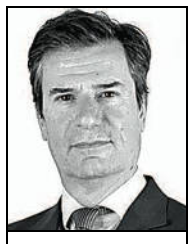


* Rapporto EV/EBITDA tranne Intesa Sanpaolo e Unicredit (P/TE) e Generali (P/E)

FONTE: INTERMONTE

Risparmio

Passivi e contenti l'inarrestabile ascesa degli Etf



Alberto Villa
Responsabile equity research Intermonte

Il 2021 ha visto un ulteriore boom dei prodotti che replicano gli indici. Un fenomeno che ora è atteso alla prova di un mercato più difficile

Passivi e contenti. Il 2021 di chi ha scelto la replica degli indici di Borsa, senza l'intervento di un gestore in carne ed ossa, ha portato a casa risultati record. Del resto, il solo S&P 500 in un anno è cresciuto del 27%, superando addirittura il Nasdaq. Ed ecco che il mercato europeo degli Etf (exchange traded fund), inclusi gli strumenti specializzati sulle commodity, ha registrato una raccolta di 161 miliardi di euro, in crescita del 56% rispetto al 2020. Il patrimonio ha sfondato per la prima volta la soglia dei 1.400 miliardi, spinto dai flussi e dal rialzo dei mercati azionari. Lo stesso dicasi per il mercato americano, arrivato a raccogliere 902,6 miliardi di dollari, in crescita quasi dell'80% rispetto all'anno precedente quando la raccolta era stata di 505 miliardi. Il patrimonio, in questo caso, è arrivato alla cifra monstre di 7.261 miliardi di dollari.

I dati emergono dall'ultimo rapporto sul settore curato da José Garcia-Zarate, direttore associato del team di ricerca Morningstar sugli Etf. L'anno che si è appena concluso è stato da primato anche per altri aspetti, a cominciare dalla raccolta sulle azioni, meglio se attente ai fattori climatici, sociali e ambientali. In Europa, in termini assoluti, sono confluiti 114 miliardi di euro (contro i 53 miliardi del 2020) con il patrimonio azionario balzato a 972 miliardi di euro, dai 672 del 2020. Sul fronte statunitense, l'ammontare delle risorse confluite sulle sole azioni americane è arrivato a 391 miliardi di dollari (contro i 129 dell'anno prima) e il patrimonio è arrivato a 3.717 miliardi, dai 2.640 del 2020.

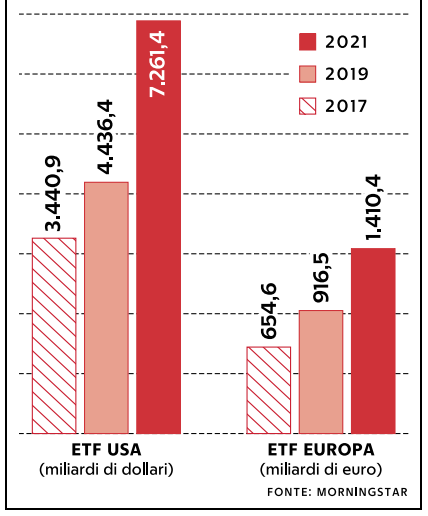
E ora, che cosa accadrà con il nuovo contesto dei mercati, molto più instabili? «L'atteggiamento positivo è cominciato già nel quarto trimestre 2020 con la scoperta dei vaccini ma lo scorso anno è stato eccezionale. Ora la volatilità addizionale data dallo scenario geopolitico, l'aumento dei tassi, l'inflazione e il timore di nuove varianti variante stanno generando qualche incertezza. L'ottimismo, però, per il momento non si è ancora perso», dice Garcia-Zarate.

Ma chi compra gli Etf? «In Europa tipicamente sono gli istituzionali, come asset manager, fondi pensione mentre in America il 50% del mercato è fatto dal retail. Si tratta di una vera e propria rivoluzione che, negli ultimi 15 anni, ha visto una clamorosa fuoriuscita di capitale dai fondi attivi tradizionali», spiega l'economista di Morningstar. Che aggiunge: «Chi va verso gli Etf è perché si fida poco dei gestori, ha più cultura finanziaria e, soprattutto, vuole minori costi di gestione. In Europa il mercato dei fondi è ancora troppo banco-centrico, legato a doppio filo al canale tradizionale di distribuzione dei fondi e gli Etf, si sa, non remunerano la rete. Infine l'atteggiamento è molto conservatore e la conoscenza è scarsa». **– fr.ver.**

©RIPRODUZIONE RISERVATA

I numeri

LA CORSA DEGLI ETF
EVOLUZIONE DELLE MASSE GESTITE DAL 2017



160
MILIARDI DI EURO
Il flusso netto di investimenti in Etf in Europa nel 2021

L'opinione

Dopo il balzo del 2021, quest'anno i profitti delle società italiane sono previsti salire di un ulteriore 9,7%, più della media europea. Ma le incognite, di mercato e geopolitiche, sono varie

delle tensioni geopolitiche e degli effetti sulle materie prime sono quelli legati all'energia, Eni in prima fila anche per il collocamento di Plenitude, così come Tenaris.

Al di là dei settori, resta anche elevato il numero di titoli che saranno al centro di operazioni straordinarie. Qui si allentano le attese sulle società healthcare che stanno digerendo le ultime acquisizioni - Diasorin, Amplifon, Recordati - mentre restano nel mirino le telecomunicazioni - Tim, RaiWay, Inwit - anche se, ammette lo studio, la visibilità sulle mosse effettive non è elevata. Altro settore da prendere con le molle è quello industriale, alle prese con la crisi dei microchip. In questo caso Intermonte ritiene determinante un'attenta selezione, sia per i titoli maggiori che per i piccoli, dove non mancano casi d'eccellenza che secondo gli analisti della sim non vanno abbandonati: «Molte società sono ben posizionate per beneficiare di una domanda sostenuta e delle opportunità che si apriranno grazie al Pnrr». È qui, fra le piccole, che Milano sembra meno tradizionale e indossa talvolta i panni di un mercato più tecnologico. Chissà che, prima o poi, non torni il momento buono.

©RIPRODUZIONE RISERVATA

Affari in piazza

Più risparmio meno Bitcoin nel Fintech delle Poste

CARLOTTA SCOZZARI

Matteo Del Fante
Ad
Poste Italiane

Più risparmi digitali e un po' meno bitcoin nel portafoglio di investimenti Fintech di Poste Italiane. Nei giorni scorsi, il gruppo guidato da Matteo Del Fante ha partecipato a un nuovo aumento di capitale di Moneyfarm del valore complessivo di 53 milioni. Obiettivo: non perdere posizioni e restare tra i principali soci di minoranza della società di investimento digitale, che proprio con l'ultima operazione ha fatto spazio nell'azionariato anche al gruppo britannico del risparmio gestito M&G, con cui ha siglato un nuovo accordo. Al contrario, poco più di un anno fa, le Poste non avevano preso parte all'aumento di capitale da complessivi 14 milioni di dollari lanciato dalla piattaforma per investire in bitcoin, Conio. L'operazione aveva consentito l'ingresso nella società di Banca Generali, ma per il gruppo italiano dei pacchi postali aveva comportato una discesa dal 19,7 al 17,6% dell'azionariato.

©RIPRODUZIONE RISERVATA

Sirti guarda le aree grigie e ingaggia Laura Cioli

SARA BENNEWITZ

Laura Cioli
Ad
Sirti

In vista delle nuove gare per le aree grigie, i cui bandi sono appena partiti, Sirti cambia amministratore delegato. Laura Cioli assume il comando del gruppo che quest'anno compie cent'anni di attività e che, dopo aver attraversato un lungo periodo di cisi, si prepara a fare importanti assunzioni in vista degli appalti che saranno assegnati nell'ambito del Pnrr. Il termine per le offerte per cablare le aree grigie scade il 16 marzo e, una volta aggiudicata queste commesse, chiunque vinca avrà bisogno di Sirti per scavare e posare la fibra. Ma l'azienda è pronta a giocare un ruolo anche nella transizione energetica. Laura Cioli si è occupata di pagamenti digitali (CartaSì, ora Nexi) media (in Sky prima e in Rcs e Gedi poi), tlc (Vodafone) e distribuzione (Eni &Gas Power), in gran parte attività di cui Sirti potrebbe essere un importante fornitore.

©RIPRODUZIONE RISERVATA

I fratelli Rovati con Bizzi per il nuovo porto di Rapallo

ANDREA GIACOBINO

Davide Bizzi
Ceo
Bizzi & Partners

Alleanza tra l'immobiliarista Davide Bizzi e i fratelli Luca e Lucio Rovati, già proprietari di Rottapharm, per sviluppare il porto turistico Carlo Riva di Rapallo. Qualche giorno fa, infatti, l'assemblea della Argo Srl, controllata finora al 100% dalla Bizzi & Partners, ha deliberato un duplice aumento di capitale, il primo convertendo versamenti per 2,87 milioni già effettuati in passato da Bizzi, mentre il secondo aumento da 6 milioni è stato riservato alla Fidim, la holding dei Rovati. Le risorse serviranno «per sostenere un'iniziativa nel settore dei porti turistici mediante l'assunzione della titolarità della concessione demaniale marittima rilasciata dalla Capitaneria di porto di Genova e la gestione dell'approdo turistico di Rapallo». In Argo, Bizzi si è diluito al 63,75% mentre Fidim è entrata col 36,25%. Nel complesso l'investimento previsto è stimato in 40 milioni per ospitare 280 posti barca.

©RIPRODUZIONE RISERVATA

Future matricole

Renovars respinge i private equity con Facile Ristrutturare mira la Borsa

ADRIANO BONAFEDE

I fondatori della società, che funziona come unico interfaccia per chi vuole rifare casa, raccontano il boom dei ricavi, arrivati nel 2021 a 300 milioni
E spiegano la rotta scelta per portarla al listino, mantenendo il controllo

1

GETTY IMAGES

Il primo passo per chi vuole comprare casa è cercarla, di solito tramite uno o più agenti immobiliari. Poi occorre ristrutturarla più o meno in profondità e cercare un mutuo adatto. Infine bisogna scegliere i materiali e arredarla. L'idea di Loris Cherubini e Giovanni Amato, fondatori di Renovars (la cui società più nota e anche più rilevante è Facile Ristrutturare) è semplice ed è una specie di uovo di Colombo: perché non mettere insieme tutti questi servizi in un hub dove sono virtualmente (ma anche fisicamente) presenti agenti immobiliari, architetti e ingegneri, mediatori creditizi e produttori di mobili e materiali per poter dare al cliente un servizio "chiavi in mano" dalla A alla Z?

L'idea, originale perché – dicono i fondatori – non è stata copiata da nessun modello straniero, sembra funzionare, e mentre la costituzione di una rete di agenti immobiliari è appena iniziata, il gruppo Renovars va già di corsa: il fatturato è passato da 80 milioni nel 2020 a 300 milioni nel 2021. E per il 2022 l'obiettivo è raggiungere i 400 milioni. Così Renovars punta rapidamente anche verso la quotazione, «prevista al massimo entro il 2024», ma forse anche prima. L'obiettivo ambizioso: quotarsi direttamente nel mercato principale.

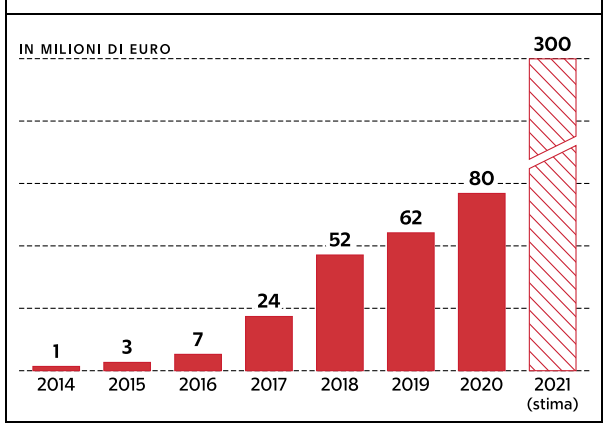
Scartati a priori i fondi di private equity, che hanno già fatto delle avances: «I fondi vogliono una quota di maggioranza che noi non siamo disposti a cedere», dice Cherubini, «né ci servono capitali, perché il nostro gruppo è in grado di autofinanziarsi. L'idea di fondo con Facile Ristrutturare, che rappresenta al momento il 90 per cento del nostro fatturato, è stata quella di lavorare con i soldi anticipati dai clienti e grazie ai nostri pagamenti anticipati ai fornitori». Poi c'è un altro flusso di cassa stabile: sui bonifici "parlanti" pagati dai clienti per ottenere la detrazione fiscale, lo Stato trattiene l'8% di imposta che però Facile Ristrutturare otterrà indietro l'anno successivo come compensazione fiscale. Risultato: l'indebitamento del gruppo è quasi nullo.

Insomma, i soldi per crescere ci sono, anche se per fare un salto di qualità occorrerà aspettare la quotazione, «dove noi prevediamo di cedere un 30% del capitale. L'obiettivo sarà quello di espanderci all'estero ma anche di sostituire gli attuali "punti vendita" con più accattivanti showroom (dove si potranno vedere alcuni esempi di ristrutturazione) in varie città italiane.

1 Il boost ai ricavi è legato anche alla possibilità di scontare in fattura il bonus fiscale del 50%

I numeri

I RICAVI DI RENOVARS
DAL 2014 ALLE STIME PRELIMINARI PER IL 2021



Il modello di business di Cherubini e Amato non prevede l'apertura di punti vendita in franchising, teoricamente il miglior modo per crescere rapidamente. «Il nostro modello – spiega Amato – ha bisogno di un approccio specifico che dev'essere attentamente controllato. Delegare questa delicata attività a degli imprenditori in franchising non ci ha mai convinto». Oggi il gruppo Renovars ha 70 sedi dirette in tutta Italia, 310 dipendenti diretti che diventeranno 400 alla fine di quest'anno e un network di 10 mila professionisti, tra cui 800 architetti operativi e circa tremila imprese. A gestire le reti dirette ci sono 20 manager.

Pensandoci bene, il progetto di Facile Ristrutturare – che resta ancora

L'opinione

L'idea di Cherubini e Amato è stata riunire in un unico hub gli architetti, le imprese e i produttori dei materiali per dare ai clienti un servizio chiavi in mano, facendo da garante per il contratto

Svolte milionarie

Da manager a imprenditore l'infinito network di Bifulco

ANDREA GIACOBINO

L'ex numero uno di Lottomatica e Mittel ha costruito un'estesa rete di partecipazioni nella salute e negli Nft

Da manager a investitore il passo può essere breve. Lo insegna la storia di Rosario Bifulco, napoletano classe 1954, laureato in ingegneria meccanica a Napoli e Mba ad Harvard, che a partire dagli anni Novanta inanellò una lunga serie di incarichi di primo piano in Humanitas, Lottomatica, Sirti, Sorin e poi Dea Capital. Una delle ultime posizioni manageriali rilevanti è quella che assunse nel 2015 quale amministratore delegato della finanziaria bresciana Mittel, ricevendo in dote il 6% circa del capitale. Sotto il suo mandato il titolo Mittel salì di quasi il 70%, grazie anche a un piano industriale che prevedeva l'abbandono del progetto di fare della società – in difficoltà da anni - una sorta di salottino di partecipazioni alternativo a quello Mediobanca, per puntare invece a trasformare la società in una merchant bank. «Si vende tutto ciò che non è redditizio», disse Bifulco e così furono cedute le partecipazioni in Credit Access Asia, l'immobiliare Castello, Isa e Livanova, procedendo invece alle acquisizioni del 75% del Gruppo Zaffiro, specializzato nel settore delle residenze per anziani, dell'80% di Ceramica Cielo e del 75% dei componenti automotive di Imc.

Bilfulco uscì da Mittel nell'autunno 2018, quando la quotata fu acquisita con un'Opa da una cordata formata dalla Fondazione Caritro e dai fratelli marchigiani Stocchi. L'adesione all'offerta consentì a Bifulco di monetizzare il suo pacchetto con una lauta plusvalenza e di lanciarsi in un'alleanza con Canio Giovanni Mazzaro per blindare il controllo della quotata farmaceutica Pierrel, di cui è vicepresidente e secondo azionista con oltre il 21%. Un anno dopo arrivò anche l'approdo come vicepresidente nel private equity Clessidra, guidato da Carlo Pesenti.

Rosario Bifulco
Vicepres. di Pierrel

il cuore del business - è una sorta di "democratizzazione" non soltanto nel prezzo finale, che grazie ad acquisti centralizzati e capacità di negoziazione con le imprese è sotto controllo, ma anche nell'utilizzo dell'architetto, prima riservato soltanto a pochi e oggi alla portata di tutti. E anche gli architetti sembrano apprezzare, secondo i due fondatori: «Oggi un architetto guadagna mediamente 20 mila euro all'anno dal suo lavoro autonomo, i nostri il doppio».

L'idea di dare ai clienti un progetto chiavi in mano rende Facile Ristrutturare una sorta di *general contractor* nei loro confronti: la società, e non l'impresa che realizza i lavori, resta interfaccia e garante del rispetto del contratto. Certo, a dare boost al business nel 2021 è stata la cessione del credito fiscale del 50%: la società si fa carico di restituire al cliente in fattura il 50% di quanto pagato. Ma l'incentivo dovrebbe terminare nel 2024, e dopo che accadrà? «Il nostro business già cresceva prima di questa agevolazione e crescerà anche dopo perché basato sul concetto di un servizio globale chiavi in mano», dicono i fondatori.

La prossima grande scommessa di un gruppo composto da dieci società (di cui una in joint venture con Leroy Merlin), tutte a breakeven, e che produce un margine operativo lordo positivo intorno al 10% è il rilancio di Facile Real Estate, l'agenzia di vendita, acquisto e affitto. A capo della società è stato messo da poco Bruno Vettore, ex ad di Fc-Group ed ex presidente di Assofranchising. Renovars è dunque a caccia di agenti immobiliari, a cui offre «minori costi e minori responsabilità perché gli diamo contatti, clienti e spazi in co-working, mentre gli offriamo una provvigione che possono far lievitare anche segnalando i clienti agli altri comparti».

©RIPRODUZIONE RISERVATA

Loris Cherubini
Co-fondatore
Facile Ristrutturare

Giovanni Amato
Co-fondatore
Facile Ristrutturare

400
MILIONI DI EURO
L'obiettivo al 2022 indicato da Renovars per il giro d'affari della società

Intelligenza artificiale

Datrix su Bloomberg tenta di superare la "regola del 40%"

FRANCESCA VERCESI

La società quotata sul mercato Egm lancia un nuovo servizio per gli investimenti. E punta a raggiungere i tassi di crescita che garantiscono un futuro alle startup digitali

È quotata in Borsa da inizio dicembre e ora ha stretto un accordo che le consente di mettere le sue elaborazioni di intelligenza artificiale sul marketplace di Bloomberg. «La presenza sulla piattaforma è un tassello molto importante della nostra espansione internazionale», racconta Fabrizio Milano d'Aragona, amministratore delegato nonché uno dei fondatori di Datrix, società specializzata nell'analisi dei big data a supporto delle aziende per le attività di marketing, vendite, editoria e finanza. La società, nata nel 2018, è attivissima tra acquisizioni e partnership. Quella con Bloomberg è strutturata così: FinScience - la società fintech di Datrix - mette a disposizione più di 50 temi di tendenza della vita reale (ad esempio i vaccini, l'uguaglianza di genere, l'alimentazione vegana, i cambiamenti climatici, l'idrogeno, la telemedicina, l'esplorazione spaziale) e i relativi titoli azionari correlati, selezionati attraverso la propria tecnologia basata sull'intelligenza artificiale, per rendere più informate le decisioni di investimento e mirare a ottenere rendimenti superiori al mercato.

«L'investimento tematico sta suscitando un crescente interesse tra investitori istituzionali e privati», commenta d'Aragona, che ha un passato rilevante nel mondo della tecnologia. È tra gli artefici, infatti, dell'avvio delle attività della start-up di Google in Italia dove si è occupato, tra le altre cose, della crescita del team e dello sviluppo delle relazioni con il mercato. Ora vuole fare crescere la creatura che ha fondato con Mauro Arte - direttore generale - e Claudio Zamboni - direttore commerciale - e che oggi ha in pancia cinque società: FinScience, 3rdPlace, By-Tek, PaperLit e Adapex. L'ultima, che è stata acquisita lo scorso novembre attraverso la neo-costituita Datrix US, è una tech company americana che aiuta i produttori di contenuti a massimizzare i ricavi da attività di data monetization.

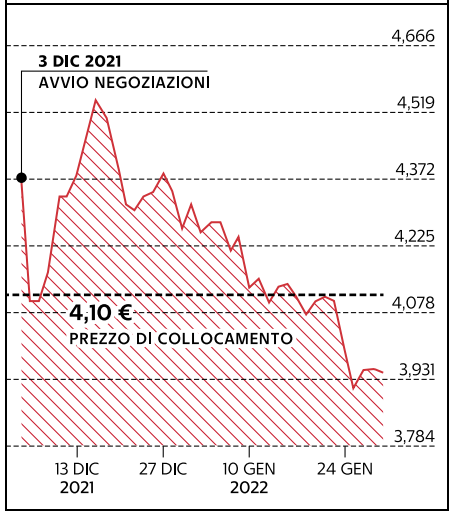
«Con la quotazione intendiamo raccogliere capitali per finanziare la crescita organica e per linee esterne e per espanderci all'estero, in particolare negli Stati Uniti. Vogliamo però portare l'intelligenza artificiale non solo alle grandi aziende ma anche alle pmi e investire sempre più in ricerca e sviluppo», dice d'Aragona. L'ammissione al mercato Egm di Piazza Affari è arrivata dopo che la società ha raccolto circa 15 milioni di euro in aumento di capitale da investitori qualificati, italiani e esteri, che hanno sottoscritto 3,6 milioni di azioni ordinarie di nuova emissione al prezzo di 4,10 euro ciascuna, per una capitalizzazione iniziale di 36,6 milioni.

Dopo un buon avvio, con un massimo a 4,54 euro, la scorsa settimana il titolo è sceso sotto il prezzo di collocamento. Del resto, il settore tecnologico, che nella pandemia ha regalato performance stellari, è franato dalla metà di dicembre in poi, da quando la Fed ha cambiato il suo orientamento sull'inflazione. Il Nasdaq ha lasciato sul terreno nell'ultimo mese il 14,45%. Per Datrix la prova del nove sarà l'andamento del business già in questo primo anno. Per Alantra (che ha svolto il ruolo di advisor e global coordinator nella quotazione) i ricavi dovrebbero salire dagli 11 milioni attesi per il 2021 a 18 milioni. Le aspettative sono di un margine operativo lordo che entrerà in terreno positivo dal 2022 (a fine giugno 2021 era negativo per 479 mila euro), raggiungendo il 30% nel 2025. Per Alantra, Datrix dovrebbe quindi superare la "regola del 40" (crescita organica delle vendite più utile operativo sopra al 40%) nel 2022 e migliorare negli anni successivi (sopra al 50% dal 2024). Se dovesse raggiungere questi risultati, sarebbe un segnale che da startup ha tutte le possibilità di trasformarsi in un'azienda significativa.

©RIPRODUZIONE RISERVATA

I numeri

LA DISCESA DOPO LO START
L'ANDAMENTO DI DATRIX SUL MERCATO EGM



Fabrizio Milano d'Aragona
Ceo Datrix

Market Place
ARTURO ZAMPAGLIONE

Wall Street prova a salire sugli air-taxi

Con un nuovo investimento di 450 milioni di dollari nella Wisk, una joint-venture con Larry Page (co-fondatore di Google), la Boeing ha accelerato la corsa verso gli air-taxi. È un business che attira grandi investimenti in giro per il mondo e promette cambiamenti profondi nel modo di spostarsi e viaggiare. Fino a poco fa le macchine volanti sembravano fantascienza, mentre adesso si prevede che i primi taxi dell'aria entreranno in funzione entro il 2024. A sentire gli analisti della Morgan Stanley, nel 2040 diventeranno un mercato da 1.500 miliardi di dollari annui. Il vero nome degli air-taxi è eVtol (Electric vertical takeoff and landing). In pratica sono grandi droni, capaci di trasportare 3 o 4 passeggeri per un massimo di 150 chilometri: quanto basta per rendere velocissimo il percorso dai centri delle metropoli o da cittadine limitrofe verso gli aeroporti, evitando il traffico e assicurando la puntualità. Già oggi in alcune città operano elicotteri che offrono lo stesso servizio, ma è molto più caro, complicato e persino inquinante. I taxi dell'aria, invece, basati su batterie elettriche, dovrebbero costare molto meno: si ipotizza che dal centro di Manhattan all'aeroporto JFK si pagheranno 80 dollari, poco più della tariffa di un taxi normale e con un notevole risparmio di tempo. Certo, ci sono tanti ostacoli da superare: gli eVtol dovranno essere collaudati e omologati; si dovranno superare i comprensibili timori dei passeggeri e costruire nuovi "verticalport", cioè aree di decollo e atterraggio. Ma ormai ci si muove in quella direzione. I soldi non mancano. La capitalizzazione di Borsa raggiunta da alcune start-up è impressionante: quella della californiana Joby supera i 2,7 miliardi di dollari, cioè vale più di Saipem o Fincantieri. La britannica Vertical Aerospace è a 1,7 miliardi di dollari, la Lilium tedesca a 1,4 miliardi, la Archer americana a 750 milioni. Insomma, dispongono già dei mezzi finanziari sufficienti per la rivoluzione dell'aria. Anche compagnie aeree e industrie aerospaziali intuiscono l'affare e si fanno avanti. Le prime hanno già prenotato l'acquisto di più di 1.500 air-taxi: la Virgin Atlantic, da sola, ne ha opzionati 150 a Vertical Aerospace, che ha già accordi con American Airlines e Japan Airlines. La Archer li fornirà invece alla United Airlines. E la Boeing, nonostante le difficoltà legate alla pandemia e ai problemi produttivi (che hanno dimezzato in due anni il suo valore in Borsa), punta attraverso Wisk ad avere il primo taxi a volo autonomo, cioè senza pilota. Come dire? Una scommessa nella scommessa.

a.zampaglione@repubblica.it

L'opinione

I super-droni pensati per trasportare persone su brevi distanze devono ancora superare diversi ostacoli burocratici e tecnici ma, intanto, i titoli hanno raggiunto in Borsa capitalizzazioni elevate

©RIPRODUZIONE RISERVATA

La cabina di regia degli investimenti di Bifulco è la Bootes srl, nata nel 2006. Il bilancio 2020 ne evidenzia un patrimonio netto di 22,1 milioni a fronte di debiti per 31 milioni; fra i creditori compaiono Banco Bpm, Intesa Sanpaolo e Unicredit, che hanno in garanzia il 15,2% di Pierrel. L'attivo è di oltre 53 milioni, costituti da immobili per 8 milioni e 40 milioni di partecipazioni. Fra queste figurano l'81% di Denti e Salute, rete di 19 centri dentistici, lo 0,68% dell'Humanitas della famiglia Rocca, il 10% nella romana Italian Hospital Group , mentre il rapporto con Pesenti ha portato Bootes a seguire gli investimenti di Italmobiliare nel settore, rilevando prima il 7,5% dei poliambulatori Casa della Salute e poi il 4,7% delle farmacie Farmagorà Holding.

Bifulco ha fatto altri invetimenti anche grazie al rapporto con Claudio Costamagna. L'ex numero uno di Cdp lo ha fatto entrare nel 2019 col 6,2% nel veicolo Amsicora che aveva acquisito il 22% di Tiscali, quota che scenderà al 3,7% quando a marzo l'assemblea della creatura di Renato Soru varerà la fusione con la Linkem di Davide Rota, nuovo socio di controllo. Sempre attraverso Costamagna, poi, Bifulco è entrato nella New Oxidal di Brescia, attiva nel trattamento dell'alluminio, e poi nella trevigiana Previdigital. che sviluppa soluzioni tecnologiche per la digital health. Di recente Bootes ha sottoscritto un round di finanziamento di Beauty Call, startup nei prodotti cosmetici, dopo aver partecipato al round di Reasoned Art, che certifica la compravendita di opere d'arte digitali tramite gli Nft. La passione per il business dell'arte di Bifulco, che ha una collezione di oltre 400 opere, spiega perché Bootes sei anni fa è diventata socia di riferimento al 31,3% della storica casa d'aste Finarte.

©RIPRODUZIONE RISERVATA

Economia

Imprese & lavoro

I dati Crif-MutuiSupermarket.it

I segni di rialzo dei tassi non spaventano il pianeta mutui

LUIGI DELL'OLIO

Il livello dei possibili aumenti non è sufficiente a far immaginare una frenata delle erogazioni, grazie anche agli incentivi per i giovani e per le ristrutturazioni. Brillano i prestiti per la prima casa

1

SESAME/GETTY

C'è qualche segnale di rialzo dei tassi, ma non sufficiente a lasciar immaginare una frenata delle erogazioni. Il settore dei mutui si appresta a vivere un anno positivo tra ripresa economica, incentivi fiscali e atteggiamento accomodante delle banche. Va dunque verso la conferma il trend emerso nel 2021, anche se al di sotto delle tendenze generali, ci sono fenomeni emergenti che vale la pena approfondire.

Secondo l'ultimo Bussola Mutui realizzata da Crif e MutuiSupermarket.it, che *Affari&Finanza* pubblica in anteprima, il quarto trimestre del 2021 è stato caratterizzato dalla netta prevalenza di finanziamenti immobiliari finalizzati all'acquisto della prima casa (il 75% del totale) rispetto alle surroghe (17%), mentre solo un anno prima i due segmenti si equivalevano, con il resto del mercato che conferma un'incidenza sotto il 10% complessivo tra acquisto seconda casa, sostituzione più liquidità, acquisto seconda casa e consolidamento e liquidità (2%). Gli equilibri sono mutati perché la maggior parte di chi aveva convenienza a sostituire il vecchio mutuo con uno meno costoso, lo aveva già rottamato, mentre tra i mutuatari più recenti (da meno di tre anni) non c'è una grande convenienza, considerato che i tassi sono rimasti sempre vicini ai minimi storici. Anzi, da qualche mese si assiste a piccoli rialzi dell'Irs, l'indice che fa da base per i mutui a tasso fisso. Rispetto allo 0,07% di dodici mesi fa, l'Irs a 20 anni oggi si attesta in area 0,55% e, considerando anche lo spread (il ricarico della banca), si arriva a un tasso finale a partire dallo 0,80% annuo. Un livello, quest'ultimo, riferito a un finanziamento ventennale da 140 mila euro riferito a un immobile che vale 220 mila euro. L'esempio citato non è casuale, ma si riferisce alla media di mercato in Italia, anche se il tasso applicato varia sensibilmente da una banca all'altra, con le offerte online solitamente più convenienti di quelle proposte allo sportello.

Al contrario, l'Euribor a 3 mesi, parametro di riferimento per i mutui a tasso variabile, nell'ultimo anno è rimasto fermo intorno a -0,55% e questo significa che le migliori offerte di questo segmento si aggirano intorno allo 0,30% di tasso finale per il cliente. A fronte di un differenziale così ridotto, non sorprende che il fisso raccolga il 95% delle preferenze totali. «Si preferisce pagare qualche euro in più al mese, ma con la certezza che la rata non cambierà fino a scadenza, mentre il variabile è più legato all'andamento dei tassi ufficiali, che prima o poi dovranno essere rialzati anche nell'Eurozona», spiega Stefano Rossini, amministratore delegato di MutuiSupermarket.it.

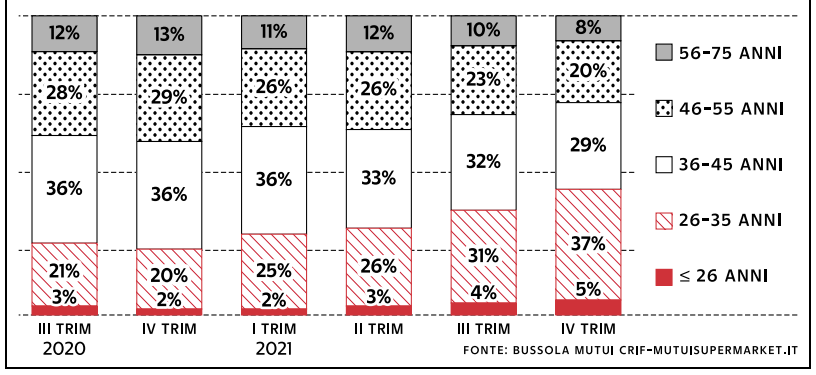
Quanto alle prospettive per i prossimi mesi, gli addetti ai lavori si attendono una crescita dell'Irs, che è legato alle previsioni a lungo termine in merito ai tassi ufficiali, e questo potrebbe portare a un recupero delle sottoscrizioni di mutuo con il variabile. «In ogni caso ci attendiamo una limatura verso l'alto, niente a che vedere con i tassi del 5-6% che si vedevano fino al 2007», sottolinea Rossini. A spingere il mercato dei mutui dovrebbero essere anche altre ragioni, a cominciare dal contributo degli incentivi sulla casa, che invogliano ad acquistare l'abitazione con la prospettiva di limitare l'esborso sulla ristrutturazione. Per proseguire con i nuovi bisogni abitativi emersi con la pandemia, in particolare la ricerca di immobili più grandi e nel verde.

Anche l'offerta non sembra dare segnali di frenata. Secondo l'ultima rilevazione della Banca d'Italia, a novembre lo stock di mutui in essere è risultato in crescita del 4,8% rispetto a 12 mesi prima e il trend sembra destinato a consolidarsi tra conti in ordine per buona parte degli istituti di credito, ripresa economica che si consolida e consapevolezza che i tassi di default su questa componente del credito restano particolarmente contenuti. Rossini si attende una crescita ulteriore della domanda giovanile, dopo che già nell'ultimo trimestre del 2021 è arrivata a valere il 42% delle richieste presentate via Internet contro il 22% medio dell'anno precedente. Il cambio di rotta è arrivato con il Decreto Sostegni Bis, che ha portato la garanzia pubblica sui mutui concessi agli under 36 all'80% contro il 50% precedente, con quest'ultima che resta come soglia per il resto della popolazione ed è accessibile per finanziamenti fino a 250 mila euro. Una scelta che ha ridotto il rischio a carico delle banche, le quali hanno iniziato a finanziare anche il 90 o addirittura il 100% del costo dell'immobile. Proprio la crescita della componente giovanile incide su altre tendenze rilevate dalla Bussola. Le durate oltre i 26 anni arrivano al 41% di tutte le richieste, cioè 14 punti in più rispetto al primo trimestre, mentre l'importo medio richiesto è arrivato a 142.797 euro, il valore più elevato registrato negli ultimi dieci anni. Anche quest'ultima variabile dovrebbe crescere ulteriormente nell'anno, in linea con i prezzi delle case, che beneficiano della ripresa economica e dell'impennata inflazionistica, che tende a favorire l'immobiliare rispetto ad altre forme di investimento.

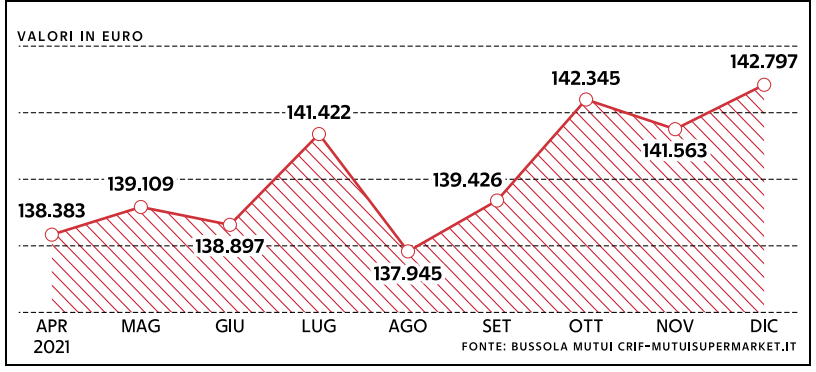
©RIPRODUZIONE RISERVATA

I numeri

LE DOMANDE DI MUTUI PER FASCE D'ETÀ
SUI CANALI ONLINE, RIPARTIZIONE %



LA CRESCITA DEGLI IMPORTI MEDI
RICHIESTI DA CHI VUOLE ACCENDERE UN MUTUO



75%

PRIMA CASA

Il 75% dei mutui nel 4° trimestre 2021 sono stati utilizzati per la prima casa

1 Anche il 2022 dovrebbe essere una buona annata per il settore dei mutui casa, dato che i segnali di rialzo dei tassi non sembrano spaventare

L'accesso al credito

E anche le imprese non temono strette

Nel 2021 le richieste di prestiti da parte delle aziende sono scese del 14,5%, avviando il ritorno alla normalità. Più che i tassi preoccupa il costo dell'energia

Almeno sul fronte dell'accesso al credito, il 2022 non dovrebbe creare grandi grattacapi al sistema imprenditoriale italiano. La fine delle moratorie introdotte con lo scoppio della pandemia di Covid-19 promette infatti di essere riassorbita da un approccio ancora accomodante da parte del sistema bancario e dalla ripresa economica robusta, sebbene con un'intensità inferiore a quella dello scorso anno. È la sensazione che si ricava dalle analisi di Crif, che questo giornale pubblica in anteprima.

La società bolognese specializzata nell'analisi delle informazioni creditizie segnala che nel 2021 il numero delle richieste di credito è diminuito del 14,5% rispetto al 2020, con un picco del -25,3% tra le imprese individuali contro il -7,5% delle società di capitali. Una tendenza che va letta in modo positivo, considerato che la dinamica delle imprese è diametralmente opposta rispetto a quella delle famiglie. «Mentre queste ultime nei periodi di crisi tendono a ridurre i consumi, e di conseguenza il ricorso ai prestiti, per il timore di non riuscire a ripagarli a causa di un peggioramento della situazione occupazionale e reddituale, le aziende vedono peggiorare i flussi di cassa e quindi sono spinte a fare maggiore ricorso al credito», spiega Maurizio Liuti, direttore corporate communication di Crif.

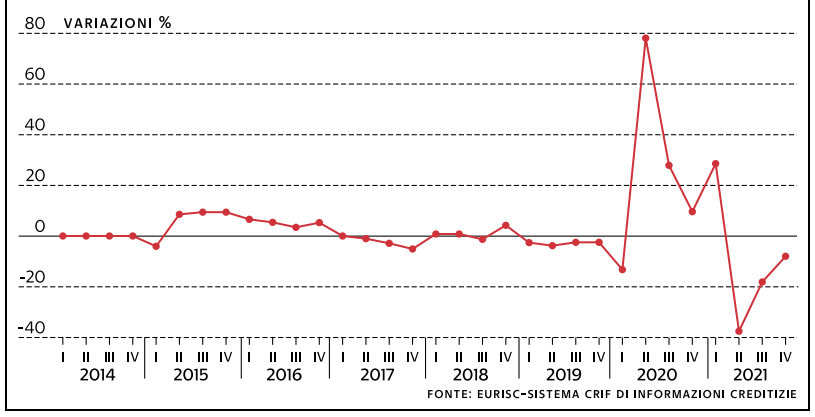
Tornando alla ricerca di Crif, lo scorso anno l'importo medio richiesto è cresciuto nell'ordine del 29,36% rispetto al 2020, per raggiungere quota 105.109 euro, senza grandi differenze tra le società di capitali (+24,0%, per un ammontare medio di 139.846 euro) e imprese individuali (+27,3% a 38.464 euro di media). È un altro segnale di come il sistema economico guardi al futuro con un certo ottimismo, anche se su questa dinamica ha inciso anche un altro fattore. «L'introduzione di garanzie pubbliche per i piccoli importi (sul 90% della somma erogata fino a 30 mila euro e quindici anni di durata, ndr) nel 2020 aveva spinto molte aziende a frazionare le richieste nella fase più dura della crisi economica, con un progressivo ritorno alla normalità quando ha preso piede la ripresa», spiega Liuti. C'è anche un altro aspetto da segnalare: la buona intonazione della congiuntura ha ridotto le richieste di finanziamenti per gestire le esigenze correnti di cassa e spostato progressivamente l'attenzione verso gli investimenti, tradizionalmente di importo maggiore.

Detto di quel che è stato, cosa attendersi dall'anno da poco iniziato? Per Crif, le preoccupazioni principali per le imprese riguardano oggi i prezzi delle materie prime e dell'energia, oltre all'andamento dei contagi che potrebbe impattare sui consumi, non certo l'accesso al credito. «Nei prossimi mesi potremmo assistere a un piccolo incremento dei tassi, ma le condizioni di offerta rimarranno distese, considerato che le banche dispongono di liquidità abbondante e a basso prezzo», sottolinea il manager di Crif. Del resto, l'Abi segnala che le sofferenze sono in progressivo calo e che il tasso medio sulle nuove operazioni di finanziamento alle imprese è dell'1,29%, un livello molto basso. Una condizione, quest'ultima, che agevola il dialogo-banche imprese, un buon viatico per l'entrata a pieno regime dei progetti legati al Pnrr, che in molti casi prevederanno l'accesso a fondi pubblici a condizione che le imprese facciano investimenti nel campo dell'innovazione. **– l.d.o.**

©RIPRODUZIONE RISERVATA

I numeri

LE RICHIESTE DI VALUTAZIONE E RIVALUTAZIONE DEI CREDITI
SECONDO IL SISTEMA CRIF DI INFORMAZIONI CREDITIZIE



FONTE: EURISC-SISTEMA CRIF DI INFORMAZIONI CREDITIZIE

105

IMPORTO MEDIO
L'importo medio di prestiti chiesto dalle imprese alle banche nel 2021 è stato di 105.109 €

29,3

L'AUMENTO
L'importo medio richiesto dalle imprese è salito del 29,3% nel 2021 sul 2020

La transizione green

MANUEL ROMANO/NURPHOTO/GETTY

1

La corsa alle rinnovabili avanti anche senza incentivi

CARLOTTA SCOZZARI

Continuano gli acquisti di impianti per le "verdi": Iren ha rilevato Puglia Holding e A2a si è assicurata alcuni parchi eolici in Italia. Ma la tassa sugli extra profitti rischia di frenare gli investimenti

Proprio mentre le compravendite di impianti per la produzione di energie rinnovabili si moltiplicano, spinte dal vento della transizione ecologica, all'orizzonte italiano si stagliano nubi minacciose per l'intervento del governo sui cosiddetti extra profitti.

Il decreto "Sostegni ter" approvato dall'ultimo Consiglio dei ministri prevede, infatti, un complicato meccanismo di restituzione degli introiti che di fatto per buona parte degli operatori delle rinnovabili si traduce in un tetto massimo ai prezzi di vendita in area 60 euro per megawattora (stima di Equita), rispetto ai 240 euro di mercato dell'ultimo mese di cui hanno beneficiato tutti i produttori di energia.

La notizia del provvedimento, finalizzato a reperire risorse per combattere il "caro bollette", è arrivata nel bel mezzo di due importanti operazioni che hanno visto come protagoniste due grandi società quotate in Borsa: l'acquisizione di Iren dalla danese European Energy del 100% di Puglia Holding, società del valore di impresa di 166 milioni che contiene al proprio interno il più grande parco fotovoltaico d'Italia, e l'accordo per la vendita dal private equity Ardian ad A2a di due portafogli di impianti principalmente eolici e italiani per un valore complessivo di 452 milioni.

In una recente intervista a *Repubblica*, l'ad di A2a, Renato Mazzoncini, ha evidenziato che, complice anche la fine degli incentivi, molti fondi che avevano investito nel settore sono arrivati alla fine del loro ciclo naturale e hanno pertanto deciso di uscire. C'è, inoltre, da considerare che spesso sono stati proprio i fondi a lanciarsi per primi e con maggiore coraggio nelle rinnovabili, costringendo successivamente le grandi aziende, dall'approccio tipicamente più cauto, a "inseguire". Non a caso, A2a aggiornando il piano industriale al 2030 ha appena annunciato 18 miliardi di investimenti nel "green", suddivisi in 7 miliardi destinati all'economia circolare e in 11 per la transizione energetica.

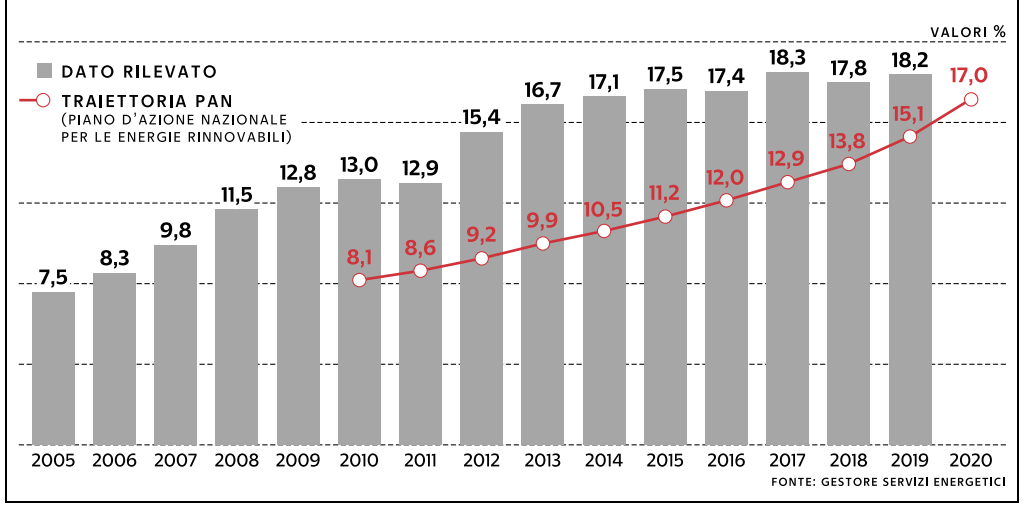
L'opinione

La produzione da queste fonti oggi è competitiva rispetto alle fossili e ciò significa che consente di ottenere rendimenti anche senza aiuti da parte del governo

EUGENIO DE BLASIO
CEO GREEN ARROW CAPITAL

I numeri

L'AVANZATA DELLE RINNOVABILI
QUOTA DEI CONSUMI FINALI LORDI DI ENERGIA COPERTI DA FONTI ENERGETICHE RINNOVABILI



FONTE: GESTORE SERVIZI ENERGETICI

60
IL TETTO
Il prezzo massimo di vendita è di fatto 60 euro per MWh in base al "Sostegni ter"

240
IL MERCATO
Il prezzo di mercato di vendita per MWh è di circa 240 euro

«Le operazioni nel settore – nota Eugenio de Blasio, fondatore e ceo della piattaforma di investimenti alternativi Green Arrow Capital che opera nelle rinnovabili con numerosi fondi - sono spinte dalla transizione energetica ma anche dal fatto che è ormai diventato economicamente redditizio investire in queste tecnologie. La produzione da rinnovabili è oggi competitiva rispetto alle fonti fossili e ciò significa che consente di ottenere rendimenti anche senza incentivi. Un ulteriore impulso arriva dalla tendenza dei grandi fondi mondiali a investire sempre più secondo logiche Esg (legate ad ambiente, sociale e governance, ndr). Ecco perché in molti si stanno lanciando nel "green". Noi abbiamo puntato sul settore dieci anni fa, partendo in tempi non sospetti».

Come sottolinea Alessandro Migliorini, ad di European Energy Italia, «dietro alla crescita delle operazioni nelle rinnovabili c'è un tema politico, legato alla spinta verso le energie pulite e la decarbonizzazione. In Italia, però, questa tendenza non sempre è stata accompagnata da interventi statali diretti al cuore del problema, perché non è ancora stato ripensato l'apparato regolatorio, in modo da ridurre la burocratizzazione del settore e definire meglio il sistema di autorizzazioni, oggi rilasciate dalle Regioni».

L'ultimo studio Renewable Energy Market Review della società di consulenza Wtw, per esempio, mette in luce tutta una serie di sfide con cui il settore delle rinnovabili deve confrontarsi: tra queste, impianti spesso obsoleti, il nodo della manutenzione, la velocità del cambiamento tecnologico, che tra l'altro nel nostro Paese si scontra con i tempi lunghi di autorizzazione, senza contare i rischi di interruzione della filiera legati alla pandemia.

Ma l'Italia, Paese del sole per eccellenza, ha le sue carte da giocare. Come evidenzia de Blasio, «abbiamo una risorsa fondamentale che, a differenza del gas, è a costo zero e perciò va sfruttata: il sole». «L'Italia – concorda Migliorini - ha un vantaggio che altri non hanno: un clima e un irraggiamento termico unici. Inoltre, c'è bisogno di attrarre gli investitori, perché il nostro Paese, secondo stime, per allinearsi agli obiettivi al 2030 sulle emissioni inquinanti fissati dal Green Deal europeo, avrà bisogno di installare 70 gigawatt di impianti, corrispondenti a un valore di circa 6 miliardi di euro l'anno».

Tuttavia, la recente iniziativa del governo sugli extra profitti rischia di allontanare nuovi capitali, soprattutto esteri. Migliorini bolla il provvedimento come «iniquo, perché le rinnovabili, unico comparto che viene punito, non sono le responsabili della situazione energetica in cui ci troviamo. In ogni caso – assicura l'ad di European Energy Italia - noi resteremo nel Paese, continuando a collaborare anche con un partner importante come Iren, a cui abbiamo appena venduto gli impianti fotovoltaici in Puglia, con l'obiettivo di incrementare il nostro portafoglio».

Per de Blasio, l'iniziativa governativa sui profitti «mina la credibilità dell'Italia, andando a penalizzare con un provvedimento retroattivo chi produce energia verde a differenza di chi inquina, senza considerare che esiste già una tassazione progressiva che sale al crescere dei profitti». E forse non è un caso che Green Arrow, per comprare gli ultimi impianti di produzione di energia da fonte solare, investendo oltre 400 milioni tramite il fondo Gaif, sia andata in Spagna.

L'opinione

Dietro alla crescita delle operazioni nelle rinnovabili c'è un tema politico, legato alla spinta verso le energie pulite e la decarbonizzazione

ALESSANDRO MIGLIORINI
AD EUROPEAN ENERGY ITALIA

1 Un impianto di pannelli fotovoltaici fotografato da un drone, nella campagna di Lecce in Puglia

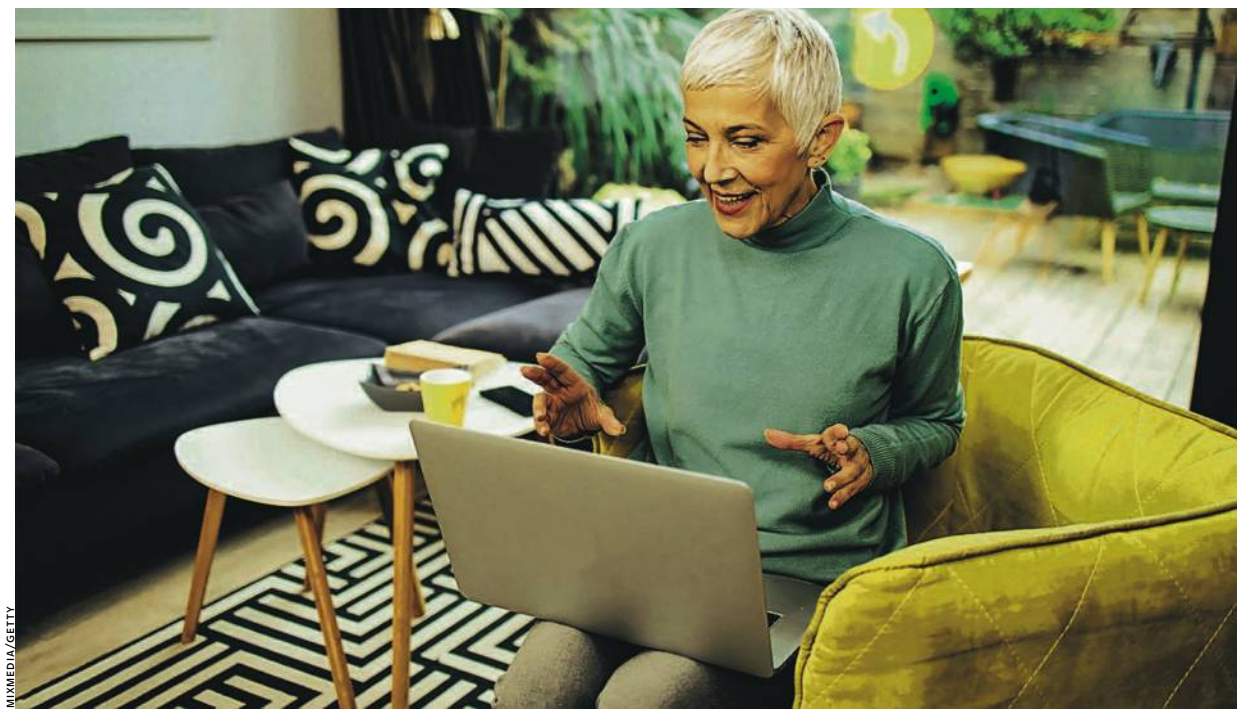
©RIPRODUZIONE RISERVATA

Disegnare il futuro

Smart working sì, ma con nuove regole

IRENE MARIA SCALISE

Degli oltre 7 milioni di dipendenti che lavorano da remoto molti vorrebbero adottare stabilmente una formula ibrida
Bisogna creare una policy fatta di formazione, autonomia e diritto alla disconnessione per una nuova organizzazione


MIXMEDIA/GETTY

È passato già un mese dall'inizio dell'anno e ancora non è chiaro se in futuro lavoreremo da casa, se ci sarà il grande ritorno in ufficio o se ci aspetta un'esistenza "ibrida". Secondo il recente Policy brief dell'Inapp oltre 7,2 milioni di occupati lavorano da remoto e di questi il 61% almeno tre giorni a settimana. Non solo. Il 46% dei lavoratori vorrebbe continuare un'attività agile almeno un giorno e quasi 1 su 4 anche per tre o più giorni a settimana.

Prova a fare chiarezza Variazioni società di consulenza per lo smart working, fondata da Arianna Visentini. «Alternanza, flessibilità e appartenenza - precisa Visentini - saranno le parole chiave che guideranno la trasformazione verso un modo di lavorare sempre più agile». L'ufficio studi di Variazioni racconta di una maggior fiducia nel 2021 da parte dei capi verso i collaboratori rispetto al 2020: il lavoro agile, incrementa la produttività del più 8% (53% vs 45% nel 2020), migliora l'autonomia del 6% rispetto al 2020, potenzia anche la qualità del lavoro per il 21% in più dei manager.

Spiega Maurizio Del Conte giuslavorista "padre" della legge sul lavoro agile e professore alla Bocconi: «Bisogna chiarire che il lavoro da remoto non è un'opzione dove tutti sono contenti però può diventare uno strumento che incrocia una migliore organizzazione lavorativa e una buona aspettativa di vita, ma è sbagliato pensare che basta spostare il lavoro fuori dall'ufficio per essere contenti». Di più: «Tutte le aziende che hanno usato lo smart working solo come emergenza hanno peggiorato le condizioni lavorative e vogliono tornare al passato, chi ha reagito meglio è chi ha capito dove stavano gli eventuali problemi». Conclude Del Conte: «L'iperconnessione è una dimostrazione di incapacità del capo che per ansiae insicurezza tenta di controllare tutto con le tecnologie mentre il paradigma è "si è sempre disconnessi tranne quando si è connessi"».

"Ascoltare le persone" è il mantra di Nexion, gruppo internazionale specializzato nelle tecnologie e sistemi per l'assistenza ai veicoli. Nexion sta facendo da apripista all'introduzione del lavoro agile nel settore della metalmeccanica seguendo tre filoni: sperimentare, ascoltare, misurare i risultati. Con base a Correggio e sedi dislocate in tutto il mondo, Nexion, sta portando avanti un progetto di smart working in cui sono fondamentali la flessibilità e la responsabilizzazione delle persone e che metta d'accodo vita privata e lavoro. Spiega Giancarlo Santarello HR director: «Abbiamo fatto un'indagine con i nostri dipendenti interrogando i 400 impiegati delle varie sedi e siamo partiti cercando di capire se lo smart working era una modalità che poteva risolvere i loro problemi di vita privata e professionale oppure rischiava di accentuarli, quindi abbiamo dotato i dipendenti di strumenti tecnologici adeguati per metterli nelle condizioni migliori e poi abbiamo puntato sulla formazione dello smart worker ma soprattutto dei capi perché abbiamo notato che le criticità peggiori sono proprio tra chi gestisce il personale a distanza». Non è finita: «Siamo convinti che le regole vadano condivise quindi abbiamo agito in collaborazione con i sindacati in modo trasparente, e infine abbiamo studiato una riorganizzazione degli spazi fisici che tenga conto della sicurezza sanitaria».

Tra le realtà che meglio hanno interpretato il cambiamento c'è Cameo, realtà alimentare di Desenzano del Garda, con oltre 300 collaboratori. Per l'azienda la costruzione del modello di lavoro in smart working si basa su una sperimentazione durata oltre tre anni e iniziata prima del Covid. «Abbiamo puntato fortemente sulla formazione - spiega Monica Chiari, head of people and culture - per supportare anche i manager nell'adozione di un modello di leadership basato sulla fiducia, la responsabilità e sull'assegnazione di obiettivi chiari e misurabili. La flessibilità è la scelta che abbiamo fatto per favorire la conciliazione di vita privata e lavorativa e per noi non si parla solo di smart working ma di smart organization».

Fitt, gruppo internazionale, pioniere nella produzione e nello sviluppo di soluzioni finalizzate al passaggio di fluidi per uso domestico professionale e industriale, ha costruito già dal 2018 la policy di smart working intorno a tre obiettivi: l'aumento dell'autonomia e responsabilità individuale, l'aumento dell'efficienza e produttività e l'incremento della soddisfazione della popolazione aziendale. In soldoni non più misurazione della produttività in base alle ore lavorate ma valutando gli obiettivi raggiunti. Spiega la HRdirector Sara Trentin: «Abbiamo iniziato a lavorare al progetto 4 anni fa perché sentivamo il bisogno di una nuova organizzazione del lavoro e c'è stata una grande disponibilità dei dipendenti, dopo 4 mesi c'è stata una valutazione dei risultati in cui è emerso chiaramente che non è la stessa cosa che lavorare in azienda, quindi siamo arrivati al 2019 con un progetto più massivo che comprendeva formazione, deleghe e una valutazione». Cosa è cambiato con la pandemia? «Eravamo tutti in grado di gestire il lockdown prima che lo chiedesse il governo e nel luglio del 2020 siamo stati in grado di fare una valutazione della situazione emergenziale e di capire che impatto potesse avere la "desertificazione" delle relazioni umane». Conclusioni?Spiega Trentin: «La nostra policy si basa non tanto su quanti giorni puoi lavorare da casa ma quanto quelli in cui puoi lavorare in azienda e abbiamo deciso per un minimo di due che sono necessari per vivere le relazioni». L'idea finale è che in una settimana di 5 giorni lavorativi, naturalmente per i collaboratori che svolgono mansioni compatibili con lo smart working, sarà possibile sceglierne 3 da casa, o da un altro posto adatto compresi gli spazi pubblici di co-working.

©RIPRODUZIONE RISERVATA

L'opinione

L 'iperconnessione è una dimostrazione dell'incapacità del capo che per ansia tenta di controllare tutto con l'abuso delle tecnologie

MAURIZIO DEL CONTE
GIUSLAVORISTA

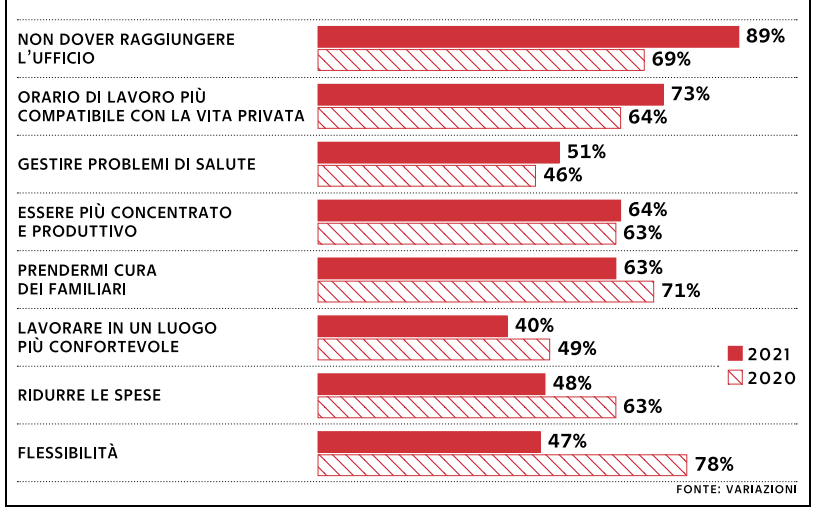
I numeri

7,2
MILIONI
Gli occupati che lavorano oggi da remoto secondo Inapp, il 61% almeno per 3 giorni alla settimana

46%
LAVORATORI PRO SW
Sono il 46% i lavoratori che vorrebbero continuare a lavorare da casa per almeno un giorno a settimana anche dopo la pandemia

I numeri

I PUNTI A FAVORE DELLO SMART WORKING
I VANTAGGI PER CAPI E DIPENDENTI



FONTE: VARIAZIONI

34^
Milano Unica
ITA ITALIAN TRADE AGENCY
Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale
PATROCINIO Comune di Milano
smi SISTEMA MODA ITALIA FEDERAZIONE TESSILE E MODA
Sella
FIERA MILANO
MILANO UNICA
34^ EDIZIONE
1-2 Febbraio 2022
a Rho Fiera Milano
Collezioni tessili e accessori per abbigliamento Primavera/Estate 2023
milanounica.it

Multimedia

Hi-tech & innovazione

Il mondo dei computer

1

DONGXU FANG / COSTFOTO/BARCROFT MEDIA/GETTY

La crisi dei chip non frena i pc vendite mai così bene dal 2012

NICOLA SELLITTI

Secondo il rapporto Canalys le spedizioni di desktop, notebook e workstation sono cresciute del 15% nel 2021 Un risultato trainato dalla pandemia e destinato a migliorare nel 2022

La carenza dei processori non rallenta la crescita dei pc. Mai così bene dal 2012, è una delle pillole che emerge dal rapporto annuale stilato dalla società di analisi del mercato tecnologico Canalys. Secondo i dati, le spedizioni di desktop, notebook e workstation nel corso dello scorso anno hanno toccato quota 341 milioni di unità. Ovvero, il 15% in più rispetto al risultato ottenuto nel 2020 e il 27% in più rispetto a due anni, quando la crisi della produzione dei chip non era uno degli elementi che influiva sulla produzione dei dispositivi. È il dato migliore degli ultimi nove anni, con l'ultimo trimestre del 2021 che è andato oltre quota 92 milioni di pezzi spediti, l'1% in più rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, anch'esso terminato oltre quota 90 milioni di unità. Su questo dato ovviamente influiscono le festività natalizie, l'occasione per regalare a figli o parenti dei dispositivi elettronici, ma che il 2021 sia stato un anno da festeggiare per i maggiori produttori di pc, nonostante la carenza nella fornitura dei chip, è confermato dai dati sulle entrate: 250 miliardi di dollari complessivi, 30 miliardi in più rispetto a quanto incassato nel 2020 (+15%). E anche il parziale del quarto trimestre è stato assai positivo, 70 miliardi di dollari, in crescita dell'11% rispetto al periodo settembre-dicembre del 2020. Secondo gli analisti di Canalys, il pc è divenuto ancora di più un elemento indispensabile nella vita personale e professionale, tra lavoro e attività ricreative, soprattutto nelle aree più sviluppate del mondo. Uno strumento nelle mani dei più giovani e anche dell'età più avanzata, smentendo così, almeno per ora, le previsioni degli anni precedenti sul tramonto del personal computer, con la produzione dei colossi del tech spostata tutto smartphone. La crescita dei pc, secondo Canalys, sarà anche più sostenuta nel 2022, con spese dei clienti per monitor, accessori e altri prodotti tecnologici premium che consentono di lavorare da ogni luogo. Secondo Canalys, si verifica sempre più spesso che un utente abbia a disposizione più di un pc.

Determinante è stata ovviamente la pandemia. Sono stati i notebook e le workstation mobili a trainare il settore, con le spedizioni che sono cresciute del 16% anno su anno, raggiungendo quota 275 milioni di unità. Per desktop e workstation desktop c'è stato anche un passo in avanti del 7% lo scorso anno, con 66 milioni di pezzi spediti. Come mercato di riferimento, gli Stati Uniti restano un punto fermo sebbene nel quarto trimestre del 2021 sia stato registrato il secondo risultato negativo in fila nelle spedizioni, mentre i parziali sono stati positivi per Europa e l'area Asia-Pacifico. Dunque, si tratta di un settore in salute, la domanda è molto sostenuta. Il *Financial Times* per esempio scrive che l'andamento positivo dei pc sul mercato non è sostenibile a pandemia finita e non si salverà neppure con innovazioni come i personal computer con gli schermi pieghevoli.

Tra i produttori che hanno festeggiato per le vendite nel 2021 ci sono Lenovo, HP e Dell. Il colosso cinese si conferma al primo posto dell'analisi di Canalys: oltre 82 milioni di esemplari spediti (nel 2020 sono stati poco oltre 72 milioni, quindi c'è stata una crescita annuale del 13,1%), con una quota di mercato di poco superiore al 24%. Lenovo comanda tra i vendor anche nel quarto trimestre del 2021 con spedizioni totale per 21,7% milioni di unità, in calo di oltre il 6% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. Per confermare anche nel 2022 la leadership nel settore pc, Lenovo al recente Ces di Las Vegas ha presentato una nuova gamma di computer desktop che in-

Yang Yuanqing
Presidente e ceo di Lenovo

Enrique Lores
Amministratore delegato di HP

I numeri

IL CONFRONTO
I RISULTATI DEI FORNITORI DI PC NEGLI ULTIMI 2 ANNI

	2020	2021	VAR. %
	IN MILIONI DI UNITÀ E QUOTA DI MERCATO IN %		
Lenovo	24,4% 72,64	24,1% 82,14	13,1%
	22,7% 67,68	21,7% 74,07	9,5%
DELL	16,9% 50,27	17,4% 59,30	18,0%
Apple	7,6% 22,57	8,5% 28,96	28,3%
acer	6,7% 20,02	7,1% 24,38	21,8%
ALTRI	21,6% 64,43	21,2% 72,19	12,1%
TOTALE	297,61	341,05	14,6%

FONTI: CANALYS PC ANALYSIS, GENNAIO 2022

1 Alcuni tecnici al lavoro in un'impresa di Yancheng, nella provincia cinese di Jiangsu, dove si producono parti dei computer che saranno necessarie ad Apple, Lenovo, Samsung

Il caso Airtag

Tracker, tecnologie per i ladri?

VALERIO MACCARI

I dispositivi di tracciamento rischiano di essere una funzionalità preziosa per i malintenzionati che "seguono" la refurtiva

1 BACKYARD PRODUCTIONS/ALAMY

Dispositivi di tracciamento utili a tutti, o tecnologie abilitanti soprattutto per ladri, stalker e altri molestatori? È questa la preoccupazione che sta montando intorno ai cosiddetti tracker, i piccoli device elettronici che permettono di localizzare la posizione degli oggetti a cui sono attaccati.

Una funzionalità preziosa per gli sbadati, che possono così rintracciare facilmente gli oggetti perduti. Ma altrettanto preziosa anche per molestatori e criminali, che utilizzano questo tipo di dispositivi per puntare e seguire – a distanza – le vittime. Un problema che potenzialmente investe tutti i tracker, ma che sembra essere esploso per AirTag, il trova-oggetti lanciato da Apple il 30 aprile dello scorso anno.

Grande come una moneta, il dispositivo creato da Cupertino è dotato di Bluetooth, ed è in grado – semplificando – di triangolarsi con gli altri dispositivi della Mela per localizzare con precisione la propria posizione. Un'abilità che, grazie alla presenza di milioni di iPhone e iPad, ha permesso ad AirTag di diventare il tracker più popolare ed efficiente: gli AirTags utilizzano l'intera rete di dispositivi iOS per segnalare la posizione - e poiché i prodotti Apple sono ovunque - questo significa posizioni più precise rispetto ad altri dispositivi di tracciamento.

Insomma, funziona bene, fin troppo: proprio la sua efficienza, infatti, ne ha sancito un grande successo di pubblico – gli analisti parlano di oltre 30 milioni di AirTag venduti in otto mesi - ma ha anche attirato, immediatamente e forse inevitabilmente, l'interesse dei malintenzionati.

Già a inizio dicembre, la polizia locale di York, in Canada, aveva collegato l'utilizzo di AirTag a un nuovo metodo usato dai ladri per rintracciare e rubare veicoli di fascia alta. Da quanto emerso dalle indagini delle forze dell'ordine, i ladri prenderebbero di mira le auto di valore che trovano in luoghi pubblici e parcheggi, applicando loro il dispositivo in una zona fuori dalla vista, come il gancio del traino o il tappo del carburante. Così facendo, possono "seguire" il veicolo che hanno puntato, per poi rubarlo in circostanze favorevoli. Solo cinque furti sono stati collegati senza dubbio agli AirTag finora, ma il dipartimento di York si aspetta di vedere gli AirTags usati su una scala più ampia in un numero crescente di furti di veicoli in futuro.

Ancora più preoccupante l'uso del tracker da parte degli stalker e dei molestatori. Secondo il *New York Post*, Brooks Nader, modella di costumi da bagno del famoso *Sports Illustrated* è stata seguita per circa cinque ore a New York da uno stalker che le ha infilato un Apple AirTag nella tasca del cappotto. Il giornale ha raccolto la testimonianza di altre cinque donne vittime di episodi simili.

Non che Apple non abbia provveduto ad aggiungere al dispositivo funzioni per prevenire un uso scorretto. Nader non aveva idea che il dispositivo fosse sulla sua persona ed è stata avvisata della sua presenza proprio dalla notifica push sul suo iPhone, che l'ha informata che un "accessorio sconosciuto" era stato rilevato nelle sue vicinanze e si stava muovendo con lei. Ma è un avviso che può arrivare in ritardo – a volte ci vogliono diversi giorni – e che comunque è invisibile a chi non ha un iPhone, ma un telefono Android.

Un problema riconosciuto anche da Apple. "Prendiamo molto sul serio la sicurezza dei clienti e ci impegniamo per la privacy e la sicurezza di AirTag", ha detto un portavoce di Cupertino al New York Post. «AirTag è progettato con una serie di caratteristiche proattive per scoraggiare il tracciamento indesiderato - una prima nel settore - e la rete Find My include un sistema intelligente e sintonizzabile con deterrenti che si applica ad AirTag, così come ai prodotti di terze parti come parte del programma accessorio Find My network», ha detto il portavoce di Apple.

Nel frattempo, la società ha lanciato a dicembre un'applicazione Android per 'sentire' AirTag sconosciuti nelle vicinanze, anche se è difficile che tutti i possessori di cellulari non Apple, la scarichino solo "per prudenza", e pubblicato una guida di sicurezza contro stalking e molestie. Sperando che basti.

©RIPRODUZIONE RISERVATA

30 MILIONI

Gli AirTag venduti dalla Apple in soli otto mesi in tutto il mondo

1 Un device AirTag, il trova-oggetti lanciato alla fine dello scorso aprile da Apple, grande come una moneta

BUSINESS NEWS

a cura di

Biologico: Probios diventa Società Benefit

Promuovere la salute e il benessere delle persone è una delle principali finalità che Probios perseguirà in qualità di Società Benefit. "Probios diventa SB, ma lo era già implicitamente da oltre 40 anni – afferma Renato Calabrese, Direttore Generale -. Promuoviamo da sempre un'alimentazione biologica che, attraverso prodotti di qualità e innovativi, contribuisca a migliorare il benessere dell'uomo e del pianeta".

Probios lo sa bene, occuparsi di biologico significa non solo occuparsi di alimentazione ma anche di ambiente, tutela della biodiversità e futuro. Acquistare prodotti biologici d'eccellenza, di provenienza certificata, con materie prime selezionate, significa trovare un perfetto equilibrio tra innovazione e responsabilità nei confronti dell'ambiente. Diventando Società Benefit Probios sancisce ufficialmente ciò che fa da oltre 40 anni: l'impegno alla commercializzazione di prodotti biologici che non inquinino terra, aria e acqua, all'uso di materie prime da filiere sostenibili e all'utilizzo di packaging alternativo alla plastica.

https://www.probios.it/it/

clude tower, compatti e all-in-one, con prezzi variabili 799 e 1069 dollari. Dopo Lenovo, tra i produttori si piazza HP con oltre 74 milioni di esemplari spediti (67 milioni nel 2020), una quota di mercato del 21,7% (perde un punto percentuale rispetto allo scorso anno), una crescita annuale del 9,5%, la più bassa tra i marchi che guidano il segmento di mercato. A differenza di Lenovo, il quarto parziale del 2021 di HP è in crescita rispetto al periodo di riferimento del 2020: +9,5% con 18,7 milioni di pezzi spediti.

Sul terzo gradino del podio della classifica stilata da Canalys c'è Dell. L'azienda americana ha chiuso il 2021 con quasi 60 milioni di unità spedite - erano stati poco più di 50 milioni nel 2020 -, prendendosi il 17,4% del mercato complessivo, con un tasso di crescita annuale del 18%. Ha influito sul dato positivo il quarto trimestre dello scorso anno, in salita dell'8,9% e 17,2 milioni di unità spedite. Per Dell l'obiettivo del 2022, oltre a incrementare la sua quota di mercato, è produrre pc desktop più sostenibili, riducendo l'impatto ambientale almeno del 50%. In collaborazione con Intel è stato sviluppato il concept Luna, un modo rivoluzionario per progettare un personal computer con componenti sostituibili e riutilizzabili per la produzione.

Secondo le stime di Canalys per Apple non c'è posto tra i primi tre vendor di pc ma il colosso di Cupertino porta a casa la miglior performance tra i primi cinque produttori al mondo: 29 milioni di unità spedite nel 2021 (erano stati 22,5 milioni di esemplari nell'arco dei 12 mesi precedenti), una quota di mercato dell'8,5%, mentre lo scorso anno era del 7,4%. Soprattutto Apple si è distinta, come Dell, nel quarto trimestre del 2021, +9%, con 7,8 milioni di unità consegnate. La multinazionale americana ha fatto sapere che i Mac sono stati la seconda linea di prodotti per fatturato da settembre a dicembre scorsi.

La top five nella produzione di desktop, notebook e workstation è chiusa da Acer. Il gigante taiwanese fa segnare il miglior dato sulla crescita anno su anno, +21,8%, con oltre 24 milioni di unità spedite nel corso del 2021, quattromila in più rispetto all'anno prima. La quota di mercato di Acer è salita dal 6,7% al 7,1%.

©RIPRODUZIONE RISERVATA

Pixel

JAIME D'ALESSANDRO

Gli strani paradossi della guerra a Google

Una situazione paradossale dalla quale sarà davvero difficile uscire.

A raccontarla in maniera un po' semplicistica, si potrebbe dire che per opporsi allo strapotere di Google, editori e inserzionisti hanno chiesto a gran voce meno privacy.

Parliamo della questione legata ai cookies sul browser del colosso del web, Chrome, che ha poco meno del 70 per cento del mercato. Fra le altre cose i cookies permettono di tracciare le abitudini degli utenti e Google ha promesso di eliminarli a partire dalla seconda metà del prossimo anno viste le critiche e le pressioni che ha ricevuto in tal senso. Li voleva sostituire con un altro sistema chiamato Federated Learning of Cohorts (Floc) che invece di raccogliere dati sulle singole persone le avrebbe radunate in maniera anonima in base ad aree di interesse. Non solo: l'analisi delle abitudini di navigazione sarebbe avvenuta sui dispositivi degli utenti e non più sui server di Google. Le poche informazioni trasmesse, anonime, avrebbero creato poi i bacini di persone dagli interessi comuni vendibili agli inserzionisti.

L'opinione

Tutti, per opporsi allo strapotere di Mountain View, chiedono di poter mantenere un accesso diretto ai dati degli utenti e pazienza se il sistema è invasivo E si scarta la soluzione più sensata: evitare di profilare le persone

Dove stava il problema? Mentre i cookies erano creati e gestiti anche delle terze parti, editori compresi, il Floc era nelle mani di Google che a quel punto avrebbe fatto da mediatore su tutto. La levata di scudi è quindi giustificata, considerando che la multinazionale solo negli Stati Uniti nel 2020 aveva già circa il 30 per cento del mercato pubblicitario online.

Il ritardo di tutti gli altri sul fronte tecnologico, dalle istituzioni agli inserzionisti fino agli editori, ha però portato a questa strana situazione: per opporsi allo strapotere di Google si chiede di poter mantenere un accesso diretto ai dati degli utenti e poco importa poi se il sistema è vecchio e invasivo.

È una questione complessa sul piano tecnico al punto che le soluzioni più draconiane, imporre la cessazione della raccolta di ogni dato a fini commerciali, oggi sembrano essere alla fine le più sensate. Insomma, smetterla di profilare le persone, ma al massimo contarne il numero.

©RIPRODUZIONE RISERVATA

Stile e design

Imprese & prodotti

Moda

Arriva White 2022, il trade show per attirare buyers internazionali

CRISTINA MANFREDI

Tante novità per la kermesse in zona Tortona dedicata all'incoming. Per i compratori previste una serie di agevolazioni dai corridoi sanitari ai soggiorni tutto compreso

Fare sistema in modo innovativo e soprattutto crescere nel farlo. Questo l'obiettivo di White, il trade show fondato a Milano nel 2002 da Massimilano Bizzi e dedicato a collezioni donna di PMI e marchi internazionali di ricerca.
Per l'edizione in programma dal 24 al 27 febbraio, come sempre in zona Tortona, diverse sono le novità, a cominciare da quel Sign of the Times – segno dei tempi – che si deve alla collaborazione con Beppe Angiolini, anima del top-store Sugar, ad Arezzo.
Due nuove location, per una superficie totale di 18mila metri quadrati, una sinergia concreta con Camera Nazionale della Moda Italiana e Camera Showroom Milano e una potente attività di incoming sostenuta dal Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale e da Ice Agenzia, in partnership con Confartigianato Imprese. Questi i pilastri della strategia di White, raccontati da Brenda Bellei, moglie di Bizzi e ceo di M. Seventy, la società creata col marito e che possiede il marchio White. E Stefania Vismara, direttrice generale di White».

Bellei, la vostra scelta di espandere il salone in pandemia è in controtendenza. Come fate?
«Siamo indipendenti e siamo noi stessi una vera e propria media impresa. Nel momento in cui tutti vedono delle difficoltà, noi abbiamo attuato una politica di crescita perché ci siamo concentrati su un aspetto fondamentale: l'incoming di buyer strategici per i nostri espositori, relazionandoci con gli altri attori principali della scena fashion milanese, Cnmi e Csm».

Quali azioni avete avviato?
«Con i budget messi a disposizione dalle istituzioni, stiamo facendo azioni di comunicazione sul nostro database buyer di 102mila contatti, che condividiamo con gli altri organismi coinvolti. E per il 2022 puntiamo a ospitare oltre 1200 compratori selezionati tra top spender dei principali mercati stranieri. Il che si traduce nell'offrire hotel, navette, lounge o il volo aereo. Inoltre, il governo ci sta aiutando a predisporre dei corridoi per chi, come i russi, ha un vaccino non compatibile: viene proposto un soggiorno massimo di 5 giorni, senza quarantena.
La grande mission è rafforzare il più possibile Milano come capitale internazionale della distribuzione e portare in città il meglio in fatto di compratori. Riceviamo richieste da Norvegia, Canada, Brasile, Australia: c'è una gran voglia di venire a Milano.
E per chi proprio non può viaggiare, la nostra innovativa piattaforma digitale permette comunque di poter visionare i campionari e piazzare ordini».

Stefania Vismara
dg di White Tradeshow

Brenda Bellei Bizzi
ceo di M. Seventy

Vismara, una volta arrivati al White, che cosa troveranno questi buyer?
«Alle due location storiche del Superstudio Più e dell'ex Ansaldo, abbiamo aggiunto gli spazi all'interno del Mudec e del Padiglione Visconti, sempre in via Tortona.
Nell'area museale, pur rispettandone il ruolo, insieme all'Auditorium e all'Innovation Centre, accoglieremo dei marchi community driven, quelli cioè che sono emersi grazie alla forte connessione diretta con il consumatore finale.
Il Padiglione Visconti, invece, si aprirà a White Sustainable Milano, l'evento con uno sguardo a 360 gradi sulla filiera creativa e produttiva nell'ottica dell'ormai imprescindibile transizione ecologica.
E per tutta la durata della kermesse, ci saranno workshop, e momenti di intrattenimento».

Insomma, la moda chiama e White risponde?
«Sì, per via della sua unicità nel connettere la creatività e i buyer, ma noi stiamo lavorando a un progetto più grande: rilanciare Milano come vero epicentro della moda, anche grazie all'alto coefficiente di innovazione del nostro trade show. Siamo sviluppatori e acceleratori di business e di formazione in tema di sostenibilità».

©RIPRODUZIONE RISERVATA

L'iniziativa

Grandi numeri e beneficenza alla prima asta Italia Nft

La prima asta della piattaforma ItaliaNft ha totalizzato quasi 55 ethereum (circa 220.000 euro). Tre i drop presentati lo scorso 16 dicembre, con le opere degli artisti Marco Schifano, Marco Lodola e del brand di gioielleria Different Class. «Siamo orgogliosi di quanto è accaduto, dei risultati raggiunti e di come il nostro team abbia lavorato» racconta Achille Minerva, fondatore e ceo di ItaliaNft. «E siamo solo all'inizio di un percorso molto più ampio che culminerà con il primo Metaverso Made in Italy» aggiunge Marco Capria, altro fondatore di ItaliaNft, preannunciando che a breve usciranno altri drop: «Così il market place inizierà ad esplorare non solo il mondo dell'arte ma anche altri settori che identificheranno il più grande asset che il nostro paese possiede: il fatto bene in Italia».
ItaliaNft ha anche fatto una donazione di 15.000 euro alla fondazione Together To Go (Tog), onlus specializzata nella riabilitazione dei bambini affetti da patologie neurologiche complesse. «Questa iniziativa andrà a sostenere il percorso riabilitativo di 2 bambini con patologie neurologiche complesse – commenta la direttrice del Centro Tog, Antonia Noja – Un percorso del tutto gratuito che ha l'obiettivo, attraverso la riabilitazione, di far emergere le loro potenzialità nonostante la gravità della patologia». Fino a metà marzo la piattaforma sarà in versione beta, da aprile sarà al massimo della sua fruibilità». **– st.a.**

1 Una delle opere messe all'asta da Italia Nft che ha raccolto circa 220 mila euro

©RIPRODUZIONE RISERVATA

La storia

Diego M, i piumini di sartoria

LAURA ASNAGHI

Continua la crescita del marchio con sede a Milano e centro operativo a Castelnuovo del Garda. "A Mosca e nei paesi dell'Est siamo di casa"

"Facciamo piumini che rendono belle le donne e aumentano il fascino degli uomini, senza eccessi e stravaganze». È la filosofia di Diego M, il marchio che l'anno prossimo compie vent'anni e che racchiude nel suo logo una storia imprenditoriale basata su una straordinaria alchimia. Diego è il nome di Diego Mazzi, il direttore creativo del brand di famiglia che insieme alla moglie Manuela Bortolameolli, ambasciatrice del marchio nel mondo e donna con una grande esperienza sul fronte delle vendite, ha fondato la maison. «E quella M racchiude molti significati» sottolinea Manuela, donna piena di energia, brillante e intraprendente. M sta naturalmente e prima di tutto a indicare lei, la compagna di lavoro e di vita di Diego ma anche la sua musa e consigliera. E poi la M è espressione di Moda e Musica «perché mio marito ha un talento naturale per la batteria, il pianoforte e la tromba. E questo amore per la musica influisce anche sulla sua creatività. E poi M sta anche per Milano, scritto per esteso, in quanto capitale della moda che la gente ama». Diego M è poi racchiuso in una cornice con il volto di un leone, simbolo della repubblica di Venezia, dove il marchio ha le sue radici.

L'opinione

I nostri sono sono capi riconoscibili, che si distinguono dagli altri, grazie a dettagli sartoriali, diventati celebri, come il gioco delle zip che trasformano un capo o le tasche in pelo

Il successo che Diego e Manuela hanno sul mercato nasce da una consolidata alchimia: lui crea e lei cura la parte commerciale, il rapporto con i clienti, e lo fa con una tale capacità che tutti le riconoscono un ruolo strategico. «In un anno vendiamo circa 50 mila piumini – spiega – e la nostra forza deriva dal fatto che sono capi riconoscibili, che si distinguono dagli altri, grazie a dettagli sartoriali, diventati celebri». Come il gioco delle zip che trasformano un capo, o le tasche in pelo che si possono togliere, piuttosto che i cappucci che si moltiplicano. La loro collezione è sempre molto ricca di proposte e include anche montoni leggeri e dal tocco morbidissimo, trench e cappotti double tagliati alla perfezione. «Noi offriamo il *total look* del capo spalla, siamo focalizzati su questi prodotti, di altissima qualità, ecosostenibili, leggeri e caldissimi» racconta Manuela ricordando che il mercato più importante è la Russia, inclusi i paesi dell'ex Unione sovietica. Proprio a Mosca, il marchio ha un quartier generale, molto prestigioso, di 400 metri quadrati, al 67esimo piano di Moscow City, i grattacieli simbolo della città degli affari della capitale.

«Qui realizziamo una parte consistente del nostro business e abbiamo una clientela molto affezionata. E nel nostro show room si respira aria di Made in Italy a tutti i livelli, con i nostri prodotti e, Covid permettendo, con buffet dove le bollicine e il parmigiano reggiano non mancano mai». In Italia, lo show room è a Milano, con bella vista su corso Matteotti e il flagship store è lì a due passi, in corso Venezia. In Italia, che per Diego M rappresenta il mercato piu importante sul fronte europeo, il brand è commercializzato in 238 multimarca. Gli altri paesi dove è forte sono la Polonia, il Regno Unito, la Francia, la Spagna e la ex Iugoslavia. «Siamo un'azienda molto attiva, anche durante il lockdown non ci siamo mai fermati – ricorda Manuela – Certo, ci manca la possibilità di viaggiare come si faceva prima della pandemia ma i contatti on line con i buyer non sono mai mancati».

Manuela, comunque, ha sempre la valigia pronta per viaggiare e raggiungere i clienti mentre a presidiare l'azienda, a Castelnuovo del Garda, in provincia di Verona, c'è Diego con i figli maschi Matteo e Andrea che si occupano rispettivamente dell'e-commerce e dell'amministrazione, mentre Marta, la figlia femmina, sfrutta la sua vena artistica per diventare attrice.

©RIPRODUZIONE RISERVATA

Manuela Bortolameolli ambasciatrice del marchio

1 I capi firmati Diego M si riconoscono per la loro qualità sartoriale unica

Beauty

Il Green Impact Index per la cosmetica

BETTINA BUSH

Il gruppo Pierre Fabre, presente in Italia con 5 brand, lancia un sistema di valutazione legato alla sostenibilità

Per Pierre Fabre, il secondo laboratorio di dermocosmesi al mondo, e il secondo gruppo farmaceutico privato in Francia, tutto parte dalla natura. Non a caso il fondatore che diede il nome all'azienda, oltre ad essere un farmacista, era un appassionato botanico che aveva creato alla fine degli Anni Cinquanta un prodotto a base di pungitopo, ovvero di Ruscus Aculeatus. Da allora unire farmacia, botanica, e sostenibilità è diventata una formula vincente: «Pierre Fabre ha ideato i primi prodotti dermocosmetici circa sessant'anni fa – spiega David Turilli, direttore generale della divisione dermo-cosmetica Pierre Fabre Italia – con una visione innovativa che unisce bellezza e salute. Fin dalla nascita, abbiamo messo al centro del nostro modello di sviluppo, l'importanza della responsabilità sociale, ambientale, aziendale, e dello sviluppo sostenibile».

David Turilli direttore Pierre Fabre Italia

Proprio il progetto Green Mission è in linea con l'impegno del gruppo: «Riflette il nostro impegno ecologico e socialmente responsabile per un'innovazione che sia a beneficio sia della natura e che delle persone. Le azioni Green Mission si concentrano sulla conoscenza delle piante e degli attivi di origine vegetale, sul rispetto della biodiversità, e sull'impegno umanitario incarnato dall'appartenenza a una fondazione, riconosciuta di pubblica utilità».

Tra le caratteristiche del gruppo c'è la Fondazione Pierre Fabre: «Oggi ha l'86% del capitale. L'intenzione del fondatore Pierre Fabre era di migliorare i trattamenti sanitari e i farmaci dei paesi in difficoltà del mondo, in modo disinteressato e indipendente; è attiva da più di 20 anni in oltre 17 paesi».

Negli anni il gruppo è cresciuto costantemente, nel 2020 ha generato 2,3 miliardi di euro di ricavi, di cui il 65% a livello internazionale, producendo il 95% dei suoi prodotti in Francia, con quasi 10 mila persone impiegate nel mondo ed è presente in 130 paesi. Tra le nuove iniziative del gruppo c'è Green Impact Index, un modo per aiutare il consumatore a fare acquisti attenti alla sostenibilità: «Non sempre si tratta di una scelta semplice – continua Turilli – per questo è necessario disporre di informazioni comprensibili e affidabili. Pierre Fabre con il Green Impact Index ha creato una metodologia di valutazione dell'impatto socio-ambientale di un prodotto cosmetico o di health care, con l'attribuzione di un semplice punteggio: A,B,C, o D. Ma ricordiamoci che non valuta le prestazione del prodotto, bensì il modo in cui rispetta la natura e la società».

L'Italia ricopre un ruolo importante, la filiale del nostro paese è tra le top 3 in Europa e i prodotti sono distribuiti nelle farmacie e parafarmacie, dove si possono trovare i 5 marchi specializzati per la cura del viso e dei capelli, Eau Thermale Avène, A-Derma, Ducray, Klorane e René Furterer.

©RIPRODUZIONE RISERVATA

1 I marchi Fabre: Eau Thermale Avène, A-Derma, Ducray, Klorane e René Furterer

Tempo al tempo

MICOL BOZINO RESMINI

Il fascino tecnologico dello smartwach LV

Sono passati cinque anni da quando Louis Vuitton ha preso una delle più grandi innovazioni nel mondo dell'orologeria recente- lo smartwatch – e l'ha proiettata in una nuova dimensione: l'universo del lusso. Una strada poi perseguita da altri marchi ma sulla quale la maison mantiene un discreto vantaggio come dimostra il nuovo Tambour Horizon Light Up *(la versione in foto costa 2.870 euro)*. Dal punto di vista del design, la terza generazione del suo connesso continua a far leva sull'icona del brand – la cassa tambour – impermeabile fino a 30 metri, proposta in acciaio, con un diametro di 44 mm e disponibile in tre diverse declinazioni: lucida o sabbiata con rivestimento Pvd marrone o nero. A caratterizzarla esteticamente, un cristallo zaffiro a cupola, bombato in modo da far apparire curvo il display sottostante, dove 24 Led illuminano gli iconici simboli floreali della casa francese posti sull'anello esterno del quadrante.

Il modello Tambour Horizon Light Up

Ma questo orologio rappresenta un passo importante anche dal punto di vista tecnologico: introduce infatti un sistema operativo proprietario che certifica uno sforzo in termini di ricerca e sviluppo e che, oltre alle classiche funzioni di uno smartwatch tradizionale, offre una serie di funzioni aggiuntive legate al viaggio e possibili personalizzazioni.

©RIPRODUZIONE RISERVATA

Il bilancio

Il gruppo Mavive cresce del 7 per cento

Chiude il 2021 con un fatturato di 31 milioni di euro, in crescita del +7% sul 2019, l'azienda Mavive di Venezia. Fondata nel 1986 da Massimo Vidal e nata dall'azienda familiare, la Vidal Profumi, oggi produce per marchi come Furla, Ermanno Scervino, Police e altri.
L'export vale il 63% del fatturato. I mercati più in crescita sono quelli del Far East (+140%) e delle Americhe (+162%), che sono anche quelli su cui l'azienda sta puntando. La crescita dei ricavi accompagnata da una razionalizzazione dei costi di gestione ha determinato importanti miglioramenti anche in termini di marginalità prodotta (+250% del Ebitda). L'attenta gestione del capitale circolante, la focalizzazione sulla rotazione del magazzino e la gestione bilanciata di incassi e pagamenti, ha consentito l'autofinanziamento della società sul breve termine. **– st.a.**

©RIPRODUZIONE RISERVATA

Il riconoscimento

Qvc Italia premiata come Top Employers

Qvc Italia, gruppo che si occupa di televendite e shopping multicanale, ha ottenuto per il secondo anno la Certificazione Top Employers 2022, che premia i modelli di business che pone al centro i lavoratori. Con 500 dipendenti (un 63% donne), questa realtà favorisce la creazione di team che si occupano di diversity e inclusione. Consente a ogni lavoratore di conoscere le proprie prospettive di carriera. Consente l'home working. «Ottenere questa certificazione anche nel 2022 – sottolinea Anna Specchia, director people lead di Qvc Italia – è per noi uno stimolo a continuare a lavorare in questa direzione. Ciò assume ancora più valore nel contesto creato dalla pandemia, visto che diventa imprescindibile chiedersi ogni giorno quanto ancora possiamo fare e se gli approcci, i processi e le modalità organizzative scelti siano adeguati al momento». **– st.a.**

©RIPRODUZIONE RISERVATA

Lusso

Regista e cameraman per i clienti Boucheron

MICHELA GATTERMAYER

Il celebre gioielliere francese ha modificato il suo modo di vendere. "Coniughiamo tradizione e modernità"

1

"I nostri gioielli sono compagni di vita, fanno parte della famiglia delle persone che li indossano». Per Hélène Poulit-Duquesne, ceo di Boucheron è questa, in sintesi, la filosofia della maison fondata nel 1858. E le parole casa, famiglia, amicizia, amore sono nominate spesso nel corso della conversazione. A partire dalla descrizione appassionata di quella che dal 1893 è la sede di Boucheron a Parigi, l'Hotel de Nocé al 25 di Place Vendôme.

«Boucheron è stato il primo gioielliere a aprire una boutique nella piazza. E due anni fa, in occasione del 160eseimo anniversario, abbiamo deciso di restaurarla». Un gioiello per i gioielli. Costruito nel 1717 l'edificio che ospita la Maison è al centro di storie avvincenti che riguardano i Crozat, i Signori de La Tour d'Auvergne, la Contessa di Castiglione. E oggi, dopo la ristrutturazione (firmata dall'architetto Michel Goutal e dall'interiore designer Pierre-Yves Rochon) voluta dal gruppo Kering, proprietario del marchio e dell'immobile, è una meraviglia. Peccato che dalla sua inaugurazione in pochi abbiano potuto visitarla a causa del Covid. In realtà in molti l'hanno fatto virtualmente «Con la pandemia gli stranieri sono spariti. E visto che tutte le crisi possono trasformarsi in occasione di crescita, ci siamo attrezzati. E abbiamo cambiato il nostro modo di vendere e di comunicare con i clienti. Che spesso sono giovani donne, soprattutto orientali, imprenditrici che non hanno bisogno, come le europee, di un'occasione speciale per farsi un regalo. Telefono e, soprattutto, video sono i nuovi mezzi per vendere». Praticamente una produzione hollywoodiana. «Abbiamo regista e cameraman, siamo in grado di "ospitare" i nostri clienti nelle stanze di Place Vendôme come se fossero qui. Di mostrare loro, con immagini ad altissima definizione, i gioielli fin nei minimi dettagli. E, visto che per Boucheron da sempre sono le donne il centro del processo creativo e artistico perché è la loro interpretazione del gioiello la cosa più importante, abbiamo delle "attrici protagoniste", modelle che indossano le creazioni della Maison: è solo sul corpo che i gioielli prendono vita».

Lo dimostrano le immagini delle ultime collezioni con Alexa Chung che indossa felini e serpenti. Nei giorni scorsi è stata presentata la nuova collezione d'alta gioielleria «È ispirata ai capolavori indiani in onore del maraja che visitò Boucheron nel 1928: 14 pezzi unici straordinari». Un tripudio di diamanti per collier déco con smeraldi, spille a piuma, colletti come di pizzo e i bangles, i braccialetti tipici che in indi si chiamano kangan o chiudi e si portano moltiplicati all'infinito. Indossati nello stile Boucheron diventano pezzi facili, quasi quotidiani.

E, soprattutto, no gender. Fotografati sugli uomini sono giustissimi, come le catene, gli aculei, i piercing della Quatre Collection, omaggio alla cultura punk. «Tradizione e modernità per noi sono naturali. Usiamo i computer, ma gli artigiani fanno tutto a mano. Stiamo sperimentando l'aerogel spaziale della Nasa (il materiale solido più leggero al mondo fatto al 99.8 percento di aria) ma giriamo il mondo come esploratori a caccia delle pietre più belle».

©RIPRODUZIONE RISERVATA

Il personaggio

Hélène Poulit-Duquesne
ceo di Boucheron, marchio che fa parte della galassia Kering

1 La modella Alexa Chung indossa felini e serpenti dell'ultima collezione

L'azienda

Anima green per i tessuti Limonta

Hanno una tradizione nel settore tessile lunga 130 anni. E proprio questa cultura li ha portati ad essere all'avanguardia nella produzione di materiali innovativi di derivazione bio e tessuti ottenuti da filati riciclati di altissima qualità. Nel 2020 ne hanno prodotto 1.340.000 metri lineari con un incremento del 176 per cento rispetto al 2019.
Un record che appartiene, con orgoglio, a Limonta Spa, l'azienda che è punto di riferimento per le grandi griffe della moda, guidata da Paolo Limonta, l'amministratore delegato, quarta generazione dell'azienda di famiglia.
Il loro quartier generale è a Costa Masnaga, in provincia di Lecco, dove l'azienda è nata nel 1893. In origine, la prima generazione della famiglia Limonta divenne famosa per la produzione di arazzi e tessuti jacquard. Poi il business è cresciuto e si è sviluppato sempre mantenendo alta la bandiera della qualità. E negli anni Sessanta, Limonta si è affermata grazie all'introduzione di una nuova tecnologia per la spalmatura dei tessuti con polimeri plastici, utilizzati nel mondo dell'abbigliamento, per la realizzazione di impermeabili, capi tecnici e informali.
Gli anni Settanta hanno segnato un nuovo capitolo nella storia di questa azienda, con la diversificazione della produzione destinata non solo al mondo dell'abbigliamento ma anche quello degli accessori, calzature, automotive, arredamento, carta da parati, tessile per la casa e una speciale linea per l'erba sintetica destinata agli stadi.
«La nostra anima eco-sostenibile ha radici che partono dagli anni Novanta – ricorda Paolo Limonta – è da allora che abbiamo fatto molti investimenti per favorire innovazioni per un uso corretto delle risorse, oltre alla ricerca di prodotti sempre più eco-sostenibili con performance tecniche unite a un elevato contenuto stilistico». E racconta: «La nostra azienda è sempre più impegnata in un costante incremento di tessuti provenienti da materiale riciclato, dal cotone fino alle fibre sintetiche, come i filati di nylon e poliestere che derivano dalla rigenerazione di scarti post-consumer, quali reti da pesca o bottiglie di plastica. E i numeri della nostra recente produzione sono una testimonianza concreta della nostra "anima green"». **– l.as.**

©RIPRODUZIONE RISERVATA

Dare valore ai risparmi sostenendo il pianeta

Mediolanum Circular Economy Opportunities, la nuova soluzione di investimento di Mediolanum International Funds Ltd sceglie l'economia circolare per coniugare, nel tempo, valore, sostenibilità e crescita

Quando si parla di futuro, di salvaguardia del pianeta in cui abitiamo e che lasceremo ai nostri figli, ognuno di noi è chiamato a fare la propria parte. E quando si tratta di scegliere come investire i nostri risparmi, possiamo giocare un ruolo importante. Il modello lineare a cui siamo da sempre abituati basato sull'estrazione, la produzione, la distribuzione e lo smaltimento, ovvero "produci, consuma e poi getta", non è infatti più adatto alla realtà odierna. E' necessaria una transizione verso un'economia circolare per offrire una maggiore sostenibilità ambientale e sociale attraverso la realizzazione di prodotti già pensati per essere riutilizzati, ottenendo un allungamento della loro vita utile e un riciclo che possa dare una nuova destinazione a scarti e rifiuti. "Produci, consuma, ricicla e riusa", un cerchio che continua all'infinito. Premiare le aziende che scelgono questa rotta per guidare lo sviluppo del proprio business, significa quindi andare nella direzione del bene comune. Imprese che, oltretutto, beneficeranno più di altre delle ingenti risorse europee provenienti dal piano Next Generation EU e che, nel nostro Paese, avranno straordinari benefici dal supporto del PNRR: degli oltre 200 miliardi di euro in arrivo, infatti, circa 70 sono destinati alla transizione ecologica. Senza contare il Climate Action Plan della Banca Mondiale che, come annunciato alla recente Cop 26 di Glasgow, stanzierà 25 miliardi di dollari all'anno per contrastare i cambiamenti climatici fino al 2025. Aziende quindi, quelle in grado di interpretare al meglio la missione green, che avranno certamente una marcia in più nella potenziale crescita di medio e lungo termine. Con questi presupposti, Mediolanum International Funds ha creato Mediolanum Circular Economy Opportunities, il nuovo comparto azionario di Mediolanum Best Brands, che ha come obiettivo primario l'investimento sostenibile in società che generano cambiamenti sociali e/o ambientali contribuendo alla transizione o a un progresso verso l'economia circolare. Nel fondo, l'attenta selezione delle aziende virtuose in ottica green, si associa ad un elevato livello di diversificazione che privilegia le economie mondiali più sviluppate e i settori che più beneficeranno delle risorse in arrivo: industria, tecnologia e materie prime. Un universo d'investimento dalle grandi potenzialità, che arricchisce l'offerta di prodotti ESG di Banca Mediolanum. Le strategie restano quelle di sempre: un ingresso graduale nei mercati con automatismi che aiutano a sfruttare le naturali oscillazioni presenti, superando l'emotività che le stesse possono generare. Scegliere strumenti d'investimento come Mediolanum Circular Economy Opportunities, significa dar valore a ciò che abbiamo saputo accantonare fino ad oggi diventando artefici del cambiamento che può garantire il futuro del mondo.

Consiglia Banca Mediolanum e sarai premiato

Il consiglio di un amico è prezioso, soprattutto quando nasce dalla soddisfazione di essere ben consigliato nella gestione delle proprie risorse e nella pianificazione del futuro.
Per questo Banca Mediolanum vuole premiare chi, tra i suoi clienti, si fa portavoce di questa esperienza portando due amici in Banca, entro il 10 aprile 2022. Amici che possono diventare Clienti anche in totale autonomia, grazie a SelfyConto. Accedendo alla pagina dedicata, sarà sufficiente avere con sé il proprio smartphone, la carta d'identità e il codice fiscale e seguire le indicazioni via web. Gli amici presentati dovranno poi perfezionare, come primi intestatari, un contratto di conto corrente SelfyConto online e nei tre mesi successivi, effettuare i comportamenti premianti previsti. In alternativa, è possibile sottoscrivere un contratto di conto corrente Conto Mediolanum tramite i Family Banker. Entrambe le procedure, se completate correttamente, daranno diritto ad uno dei prestigiosi premi firmati Samsung.

I PREMI

Porta due amici in Banca Mediolanum entro il 10 aprile, scopri i comportamenti premianti e come richiedere un fantastico prodotto Samsung.

Samsung Smart TV QLED 32" Q50A

OPPURE

Samsung Galaxy Book Go LTE

Samsung Galaxy Z Flip3 5G 128gb

OPPURE

Samsung Galaxy Chromebook Go 14" (4 + 64) WiFi

Samsung Galaxy Tab A8 WIFI 64gb

Promo Premium aggiungi valore ai tuoi risparmi

La liquidità che gli italiani detengono in conto corrente, una somma davvero enorme e in continua crescita che a fine 2021 superava i 1.850 miliardi di euro (ABI Monthly Outlook), tra tassi a zero e costi di gestione, non è più in grado di produrre alcun rendimento. Per riprendere vigore, il nostro risparmio ha semplicemente bisogno di un orizzonte temporale adeguato (di medio/lungo termine) e un investimento diversificato che abbracci l'intera economia mondiale: due elementi che da sempre, se ben coniugati, sono in grado di dare valore all'investimento. Una scelta che dev'essere consapevole e coerente con le specifiche esigenze di ogni singola famiglia. A questi punti fermi, a cui Banca Mediolanum risponde da sempre attraverso i suoi Family Banker, si aggiunge la Promo Premium: a chi sceglie di sottoscrivere nuovi investimenti* in prodotti di risparmio gestito di almeno 25.000 euro, riconosce un tasso annuo lordo dell'1,50% sui nuovi depositi a tempo della durata di 6 mesi sottoscritti contestualmente, per un importo pari o inferiore a quello investito. Un premio in più per chi sceglie di orientare i risparmi al valore dei mercati mondiali entro il 15 marzo 2022.

1,50%

ANNUO LORDO PER 6 MESI

fino al 15 marzo

PROMOZIONE RISERVATA A

Tutti i clienti titolari di conto, nuovi e attuali, che sottoscrivono nuovi investimenti

In prodotti di risparmio gestito per un importo minimo di 25.000 euro

Hai l'1,5% annuo lordo sui nuovi depositi a tempo della durata di 6 mesi e di importo massimo pari o inferiore al valore dei nuovi investimenti, sottoscritti contestualmente all'adesione alla promozione.

Seguici su:

MEDIOLANUM CIRCULAR ECONOMY OPPORTUNITIES. Messaggio pubblicitario. Prima della sottoscrizione leggere attentamente il Documento contenente le Informazioni chiave per gli investitori (KIID) e il Prospetto disponibile gratuitamente presso tutti gli uffici dei Consulenti Finanziari abilitati all'offerta fuori sede di Banca Mediolanum e consultabile direttamente sul sito della Società di Gestione www.mediolanuminternationalfunds.it o accedendo al sito bancamediolanum.it, nel quale sono riportate tutte le informazioni necessarie per conoscere nel dettaglio le caratteristiche (tra cui i servizi abbinabili al fondo e le strategie di investimento proposte alla Banca), i rischi ed i costi per poter assumere una decisione d'investimento consapevole, anche in relazione agli obiettivi e caratteristiche di sostenibilità descritti nel Prospetto. I KIID sono disponibili nella lingua ufficiale locale del paese di distribuzione. Il Prospetto è disponibile in italiano. Un riepilogo dei diritti degli investitori è disponibile in italiano alla pagina web www.mifl.ie/ir. La società di gestione può decidere di porre fine alle disposizioni adottate per la commercializzazione dei suoi organismi di investimento collettivo in conformità dell'articolo 93 bis della direttiva 2009/65/CE e all'articolo 32 bis della direttiva 2011/61/UE. L'investimento in fondi non dà certezza di restituzione del capitale. I rendimenti passati non sono indicativi di quelli futuri.

CONSIGLIA BANCA MEDIOLANUM E SARAI PREMIATO. Messaggio pubblicitario con finalità promozionale. Operazione a premi "PRESENTA UN AMICO - ED. GENNAIO 2022" valida fino al 10/04/2022 con richiesta premi entro il 31/07/2022. Per tutti i clienti consumatori che hanno compiuto la maggiore età e che sono titolari in veste di intestatari di un conto corrente di Banca Mediolanum e che presenteranno due amici mai censiti come clienti nei sistemi della Banca, che apriranno un conto corrente SelfyConto o Conto Mediolanum in veste di "primo intestatario" (con perfezionamento del contratto entro il 15/04/2022), ed avranno effettuato, entro 3 mesi successivi all'apertura del conto corrente, almeno uno dei comportamenti premianti previsti da regolamento (ad es. accredito stipendio o pensione), saranno assegnati due cerchi d'oro, utili alla richiesta dei premi (ChromeBook Go 14" (4 + 64) WiFi Samsung- Galaxy Tab A8 WIFI 64gb Samsung). Per scoprire come accumulare cerchi e richiedere i premi consulta il regolamento nella sezione "Promozioni e manifestazioni a premio" su bancamediolanum.it.

PROMO PREMIUM. Messaggio pubblicitario. Iniziativa promozionale per i clienti consumatori valida dal 14 gennaio al 15 marzo 2022. Per l'adesione alla promozione è necessario: 1) avere richiesto l'apertura di "Conto Mediolanum" nel periodo compreso 14 gennaio - 15 marzo o essere già titolare di un conto appartenente ad una delle seguenti tipologie: Conto Mediolanum, Conto Mediolanum Classic, Conto Mediolanum Special, Conto Mediolanum Classic+, Conto Mediolanum Transit, Conto Mediolanum PrimoConto, Conto Mediolanum Easy, Conto Mediolanum Free, My Freedom One/My Freedom Premium - edizione giugno 2016, Freedom One/Freedom Più - edizione giugno 2016; 2) effettuare "Nuovi investimenti"* in Prodotti di Risparmio Gestito dalla data della richiesta di apertura del conto corrente e/o nel periodo di validità della promozione. L'importo massimo complessivo delle somme vincolate nei depositi a tempo (massimo cinque depositi) deve risultare pari o inferiore al valore dei "Nuovi Investimenti" in uno o più Prodotti di Risparmio Gestito nel periodo di validità della promozione. Dall'importo dei "Nuovi investimenti" saranno detratti gli importi provenienti dal disinvestimento di Prodotti di Risparmio Gestito effettuati dal 4 gennaio 2022 e nel periodo di validità della promozione. Ciascun Deposito a Tempo potrà essere costituito per un importo minimo di euro 5.000 e massimo di euro 3.000.000; l'importo complessivo dei Depositi a Tempo a valere sullo stesso conto corrente non potrà in ogni caso superare la soglia massima di euro 3.000.000. Prima della sottoscrizione dei prodotti di risparmio gestito, nonché per operare una scelta informata e consapevole anche in relazione ai costi e ai rischi connessi all'investimento, leggere il relativo materiale informativo e contrattuale disponibile presso i Family Banker di Banca Mediolanum S.p.A. e sul sito bancamediolanum.it. La sottoscrizione è subordinata alla valutazione di adeguatezza rispetto al proprio profilo di investitore e, per i prodotti di investimento assicurativo anche ai propri bisogni assicurativi. L'investimento non dà certezza di rendimento minimo e di restituzione del capitale, anche in caso di decesso dell'assicurato per i prodotti di investimento assicurativo. Per tutte le condizioni della promozione, dei prodotti offerti e per quanto non espressamente indicato si rinvia al materiale informativo disponibile presso il proprio Family Banker.
*Per "Nuovi investimenti" si intendono le nuove sottoscrizioni e/o operazioni successive non programmate, su uno o più Fondi Comuni di investimento e/o polizze Unit Linked, le quali si caratterizzano come prodotti di investimento assicurativo, distribuite da Banca Mediolanum e/o servizi di gestione individuale di portafoglio di Banca Mediolanum ("Prodotti di Risparmio Gestito") effettuati a partire dal 14 gennaio 2022, al netto dei disinvestimenti effettuati a partire dal 4 gennaio 2022 e per tutta la durata dell'iniziativa. Sono esclusi gli investimenti in: Mediolanum MedPlus Certificates, OICR/SICAV di Case Terze, i fondi Mediolanum Risparmio Dinamico e Mediolanum Flessibile Valore Attivo appartenenti al Sistema Mediolanum Fondi Italia di Mediolanum Gestione Fondi SGR SpA. I seguenti fondi di Mediolanum International Funds Ltd: Challenge International Income Fund, Challenge Euro Income Fund, Challenge Liquidity Us Dollar Fund, Challenge Liquidity Euro Fund, nonché il comparto Euro Fixed Income di Mediolanum Best Brands (questi ultimi due Fondi sono inclusi solo se sottoscritti in adesione ai servizi Intelligent Investment Strategy, Intelligent Investment Strategy Plus e Big Chance). Sono esclusi inoltre tutti gli investimenti effettuati con versamento mediante PIC programmato da Conto corrente Double Chance nonché i piani programmati attivati prima del 14 gennaio 2022.

Focus

Sostenibilità

Il report

Transizione green, la via obbligata oltre metà delle società ha un piano

VITO DE CEGLIA

Lo studio di EY, multinazionale dei servizi professionali e di consulenza che da cinque anni analizza i trend: le imprese italiane più grandi sono avanti in realizzazioni di medio-lungo termine, le più piccole si stanno ancora attrezzando

Riccardo Giovannini Climate Change e Sustainability leader di EY in Italia

Il Covid non fa fermato la transizione sostenibile delle aziende italiane. Più della metà dichiara infatti di aver sviluppato un piano green di medio-lungo periodo e una buona parte di queste di averlo strutturato con target quantitativi. Le grandi imprese, con fatturati superiori al miliardo di euro, sono le più strutturate e si confermano le più consapevoli che l'integrazione della sostenibilità passa attraverso un nuovo modello di business. Tuttavia, anche le aziende con fatturati inferiori iniziano ad evolversi verso modelli di sviluppo virtuosi sulla falsariga dei grandi player.

MODALITÀ DI INDAGINE

È la prima istantanea che emerge dallo studio "Seize the Change – futuri sostenibili", realizzato da EY, multinazionale nei servizi professionali e di consulenza, che da oltre 5 anni analizza i più significativi trend per le imprese italiane. L'ultima edizione ha aumentato il campione di aziende prese in esame (oltre 300), attive in settori chiave dell'economia italiana: 100 realtà, di cui la fetta più consistente sotto i 500 milioni di euro di fatturato, sono state analizzate attraverso una survey condotta tra giugno e ottobre 2021; mentre un'analisi desk sulle informative non finanziarie relative al 2020 è stata condotta su 203 aziende del Paese, di cui 31 quotate al Mib40, l'indice costituito dalle 40 società a più alta capitalizzazione di mercato a Piazza Affari. Cinque i temi analizzati da EY con metriche qualitative e quantitative: piani di sostenibilità, cambiamenti climatici, catena di fornitura, finanza sostenibile, economia circolare più impatto sociale.

PIANI DI SOSTENIBILITÀ

Sulla base della survey emerge come il 69% delle aziende (-1% sul 2019) ha previsto un piano di sostenibilità con obiettivi. Nel 44% dei casi sono formalizzati target quantitativi e il 35% delle aziende analizzate ha definito anche le relative tempistiche per il raggiungimento degli obiettivi. Sulla base dell'analisi desk, emerge invece come il 57% delle aziende fornisce una descrizione qualitativa e/o quantitativa del proprio piano di sostenibilità (+7% sul 2019). Nel complesso, per oltre 1/3 il mutato contesto non ha provocato impatti nella transizione. In questo ambito, i settori più reattivi sono insurance&banking (67%) e Ict/hi-tech (44%): «Al netto delle aziende quotate, il bicchiere è mezzo pieno perché crescono le imprese che dichiarano di impegnarsi per la sostenibilità con piani concreti» spiega Riccardo Giovannini, Climate Change e Sustainability leader di EY in Italia.

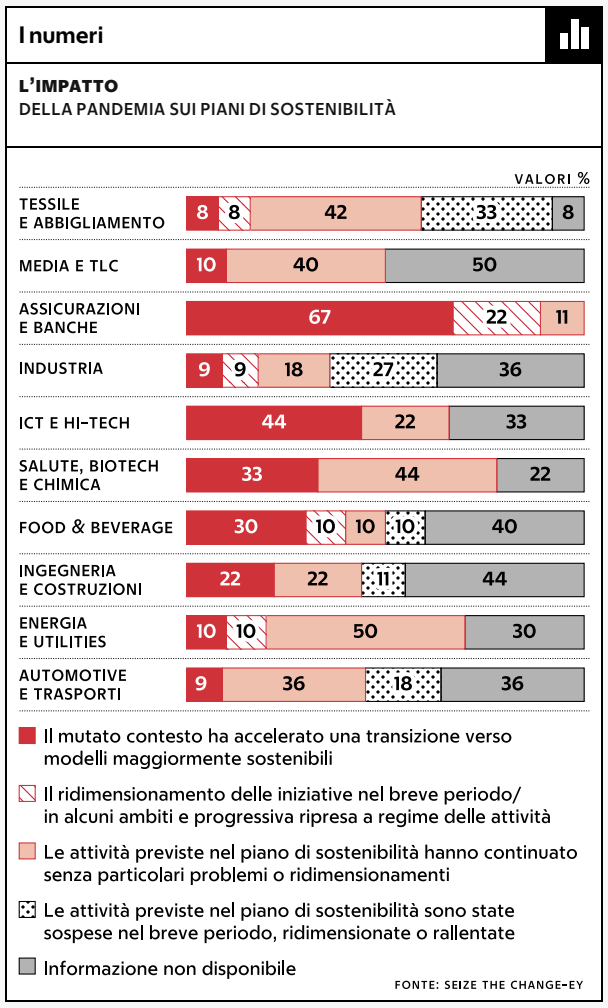
1 L'eolico è un pilastro della transizione energetica in Europa

RISCHI CLIMATICI

La survey riporta che il 53% delle aziende prevede azioni per il cambiamento climatico nel proprio piano industriale (+21% sul 2020). Il 19% ha un piano strategico orientato alla neutralità climatica e il 35% dichiara di aver già intrapreso un percorso di decarbonizzazione, che tuttavia non è correlato agli obiettivi dell'Ue. Il dato migliora nell'analisi desk che include le aziende quotate: quasi 3 su 4 si pongono obiettivi qualitativi e/o target quantitativi di riduzione delle emissioni. Lo scenario appare in rapida evoluzione tanto che già il 14% delle aziende ha annunciato un obiettivo di neutralità carbonica. Telco/media (50%) e food/beverage (30%) sono i settori che si distinguono con piani industriali di decarbonizzazione sostenuta, anche se non legata a target quantitativi. La quota sale nei settori insurance&banking (56%) ed energy/utilities (70%) dove i piani prevedono investimenti e azioni concrete per la carbon neutrality. «La svolta impone nuovi modelli di business. Per accompagnarla, c'è bisogno di tempo e l'impatto non è omogeneo per tutti» .

I numeri

L'IMPATTO
DELLA PANDEMIA SUI PIANI DI SOSTENIBILITÀ



FONTE: SEIZE THE CHANGE-EY

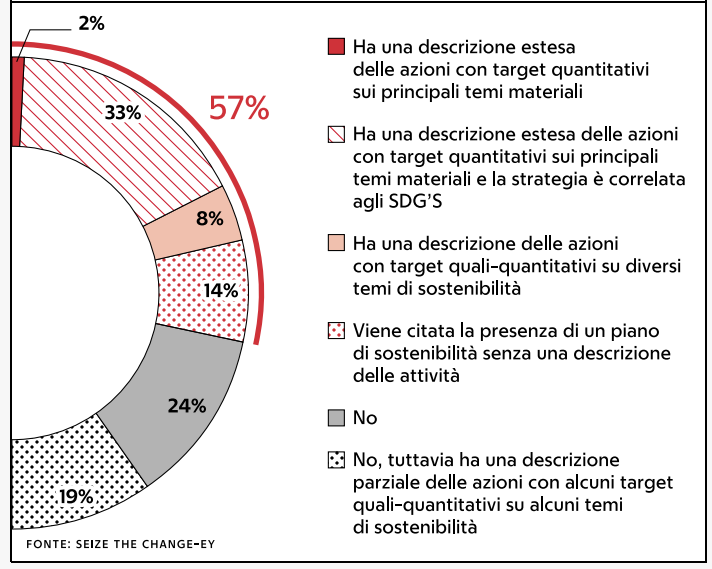
CATENA DI FORNITURA

Due anni dopo il Covid, segnala lo studio, il rischio principale risulta ancora l'interruzione operativa della filiera. Dall'analisi desk, risulta che quasi 1 azienda su 2 effettua azioni di risk assessment, cioè valutazioni di rischio, sui propri fornitori (40%). Nel complesso, il 71% delle aziende ha previsto però di apportare modifiche alla propria catena di fornitura: il 45% per selezionare i propri fornitori in modo più responsabile, il 3% perché alcuni stakeholder hanno reso più stringenti i criteri di selezione, il 19% per entrambe le precedenti motivazioni. Infine, il 29% non ha previsto sostanziali cambiamenti alla propria struttura di approvvigionamento: «La fascia di fatturato che dimostra maggior controllo della propria catena di fornitura è quella sopra i 1.000 milioni di euro, al pari del 2019. Nelle fasce sottostanti il livello di monitoraggio si riduce, ma si conferma in aumento rispetto all'anno precedente».

1

I numeri

LA PIANFICAZIONE
DEI PIANI DI SOSTENBILITÀ DELLE IMPRESE



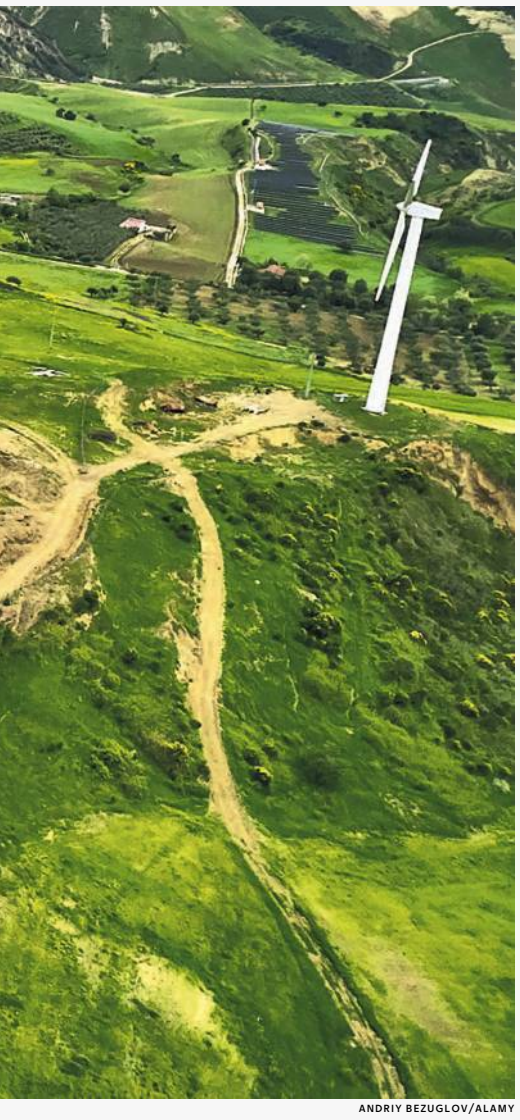
FONTE: SEIZE THE CHANGE-EY

Il caso

"Ora la sfida è strutturare i progetti sarà decisiva la spinta dei manager"

MILANO

Sostenibilità, dai principi all'attuazione. "Occorre far leva sul Pnrr" spiega Massimo Antonelli, ceo Italia di EY: "Noi siamo carbon negative, partecipiamo a riforestazioni, assumiamo e facciamo volontariato"



ANDRIY BEZUGLOV/ALAMY

Nel 33% delle informative non finanziarie analizzate (203), si riportano iniziative legate alla finanza sostenibile: il trend è in crescita dell'8% sul 2019. È possibile, fa notare lo studio, che i maggiori incentivi europei ed internazionali abbiano determinato una spinta verso i prodotti finanziari green. Tale tendenza può essere riconducibile alla progressiva entrata in vigore di norme Ue con intento definitorio.

«Tra i vari prodotti finanziari sostenibili, quelli più diffusi sono i green/social impact/sustainability linked bonds» puntualizza Giovannini. Un altro dato importante è che il 35% delle aziende dichiara di aver sviluppato strategie di investimento responsabile di cui il 18% è firmatario del Pri (Principles for responsible investment). L'84% dichiara di aver implementato queste iniziative, il settore Insurance&Banking in testa.

È in continuo aumento il numero di aziende (70%) che ha avviato negli ultimi 2 anni l'analisi dei propri processi operativi in ottica di efficientamento delle risorse. I settori più attivi risultano tessile/abbigliamento, industriale, energia&utilities che rappresentano il 50% delle aziende che hanno definito una strategia di economia circolare.

©RIPRODUZIONE RISERVATA

"La sostenibilità è fatta di opportunità e sfide economiche e sociali, in alcuni settori le une peseranno più che in altri. Ma è un percorso ineludibile. Così serviranno aiuti per accompagnare la fase di passaggio, quando il saldo tra nuovi e vecchi posti di lavoro potrebbe essere negativo, almeno nel breve e medio periodo. L'Italia però può contare su circa 248 miliardi di euro del Pnrr, di cui 68,6 miliardi destinati alla transizione ecologica. Una partita su cui il Paese si gioca futuro e credibilità e dove tutti, a partire dai leader d'azienda, abbiamo la responsabilità di iniettare fiducia nel sistema».

Massimo Antonelli, ceo di EY per l'Italia e coo per la regione EY Europe West, multinazionale della consulenza aziendale, prova a guardare al futuro con ottimismo: «Il nostro Paese è oggi al 13° posto a livello globale nella classifica EY sull'attrattività di investimenti e opportunità di sviluppo nel settore delle energie rinnovabili, 2 posizioni in più rispetto allo scorso maggio (Recai). Siamo messi bene, ma possiamo fare meglio. Le risorse del Pnrr sono l'acceleratore che abbiamo a disposizione». Antonelli arriva subito al punto: «Tutto gira intorno all'*execution*, cioè obiettivi e tempi certi per eseguire i progetti del Pnrr. Ma serve stabilità politica per governare il processo, la stessa che abbiamo avuto nell'ultimo anno».

Dal lato imprese, il ceo vede invece una maggiore consapevolezza verso la sostenibilità e la transizione energetica: «Osserviamo in questo momento di grande trasformazione un'attenzione sempre maggiore da parte delle aziende su questi temi che si sta traducendo in percorsi ambiziosi, strutturati e corredati da obiettivi concreti e misurabili sul lungo periodo». Dalle analisi EY emerge che più della metà delle aziende italiane ha sviluppato un piano di sostenibilità, ma solo una parte di queste lo ha strutturato con target quantitativi o lo hanno definito con le relative tempistiche per il raggiungimento degli obiettivi. «È qui che si deve migliorare, e torniamo all'importanza dell'*execution*» dichiara il ceo.

Antonelli segnala che i temi della sostenibilità iniziano ad attecchire anche nelle Pmi. «Sono le aziende che hanno pagato il prezzo più salato durante la crisi pandemica e che sono state solo in parte aiutate con i ristori. Quello che mi rende ottimista è che questa trasformazione è ormai trasversale, tocca tutti i settori e non riguarda solo la transizione energetica ma i modelli di business delle imprese». Si tratta di una transizione graduale, ma strutturale: «È finito il momento di avere solo una strategia ed una comunicazione di sostenibilità. Bisogna intendere la trasformazione a 360 gradi, anche perché le aspettative degli stakeholder sono sempre più alte».

A spingere le imprese verso questa direzione saranno le persone. I manager e gli imprenditori con le loro decisioni: «Molti sono consapevoli della sfida che hanno di fronte, altri purtroppo non ancora, in alcuni casi perché ai vertici ancora non c'è una chiara visione del futuro». E i consumatori con le loro scelte di acquisto: «Il consumatore oggi è il *king maker*. Pensiamo a settori come il consumer o l'automotive dove i consumatori influiscono sulle strategie aziendali prima che lo facciano le leggi, con scelte e comportamenti d'acquisto sempre più sofisticati». Tuttavia, anche in questo caso, esiste spesso un problema di comunicazione: «È essenziale spiegare bene al consumatore perché la sostenibilità ha un costo e perché deve pagarla. L'impegno è ancora più gravoso alla luce della crisi pandemica» sottolinea Antonelli.

248
MILIARDI
È la somma che il Pnrr ha a disposizione per cambiare e rilanciare il Paese

68,6
MILIARDI
La quota che il Pnrr dovrà destinare alla transizione ecologica

EY prova intanto a essere uno stimolo per il mondo delle imprese con il suo piano strategico di sostenibilità: «Per una società di consulenza, fino a 5 o 6 anni probabilmente non sarebbe stata la priorità» osserva Antonelli. Che rivendica: «Oggi, siamo una delle prime organizzazioni di servizi professionali ad essere diventata *carbon negative*, ovvero capace di ridurre e compensare le proprie emissioni. Un passo importante verso l'ambizione di essere net zero entro il 2025. In più, dal prossimo marzo saremo parte di un grande progetto di riqualificazione territoriale in diversi paesi europei. Solo in Italia ci siamo impegnati a piantare 6.600 alberi che simbolicamente rappresentano tutti i nostri dipendenti».

La sostenibilità di EY si misura anche sulla sfera sociale e delle risorse umane: «Nell'ultimo anno, solo in Italia con gli EY Ripples oltre 1.200 delle nostre persone hanno contribuito come volontari in 38 diverse iniziative sociali e ambientali, creando un impatto positivo sulla vita di 550 mila persone. Sempre nell'ultimo anno, abbiamo inserito nel nostro organico oltre 1.800 persone, il 30% in più rispetto al 2020, e prevediamo entro giugno 2022 altre 2.500 inserimenti sul territorio nazionale». **– v.d.c.**

©RIPRODUZIONE RISERVATA

Il personaggio

Massimo Antonelli
ceo di EY Italia
e coo di EY Europe West

1 Consulenza decisiva nella transizione per passare dai piani all'esecuzione

Focus

Mobilità

Il trend

Eco e condivise la automobili a misura di città tornano a correre

1

LUIGI DELL'OLIO

Mentre carenze normative, ostacoli tecnologici e di privacy stanno rallentando il decollo della guida autonoma, principi etici ed esigenze urbane ricominciamo a spingere sharing, trazione elettrica e ibrida

Da una parte ci sono le necessità poste dai cambiamenti sociali, come il fenomeno di urbanizzazione, la crescita del numero di persone che preferiscono il possesso dei beni alla proprietà degli stessi e la lotta al cambiamento climatico. Dall'altra le nuove tecnologie che oggi consentono di sviluppare servizi inimmaginabili anche soltanto pochi anni. L'evoluzione della mobilità è all'intersezione di queste due forze.

Fabrizio Zerbini direttore di mobiuS

L'APPRODO DELLA GUIDA AUTONOMA

«Oggi si parla molto di autoveicoli a guida autonoma: si tratta dell'approdo indubbiamente più affascinante tra i cambiamenti in atto, ma è forse anche quello più lontano nel tempo. Ci sono altre evoluzioni che vanno già assumendo una certa consistenza e sono destinate a rafforzarsi ulteriormente», ricorda Fabrizio Zerbini, professore della Sda Bocconi, dove dirige il centro di ricerca mobiuS dedicato alla mobilità smart e sostenibile.

Sul fronte dell'*autonomous driving*, l'entusiasmo si è un po' raffreddato rispetto a qualche tempo fa, preso atto che vi sono diverse questioni ancora aperte. Occorre che si realizzino le necessarie innovazioni normative, superare gli ostacoli tecnologici relativi al funzionamento dei software installati sui veicoli (garantire la sicurezza nelle città si sta rivelando più complesso del previsto), chiarire alcune questioni legate alla privacy e poi c'è il tema dei ritardi della componentistica che riguarda tutto il comparto automotive. Ma in ogni caso l'evoluzione prosegue e non si torna indietro, anche con sviluppi importanti sul fronte dell'Iot (dall'acronimo inglese internet of things), che sta a indicare le tecnologie in grado di connettere gli oggetti tra loro, come i sensori delle auto con quelli dei semafori, e poi di far dialogare i veicoli con le infrastrutture esistenti.

La mobilità va sempre più verso un cambio di paradigma per cui l'oggetto del trasporto non è più concepito come semplice proprietà personale ma come vero e proprio servizio, favorendo così la diffusione del cosiddetto mobility as a service.

LA MOBILITÀ CONDIVISA

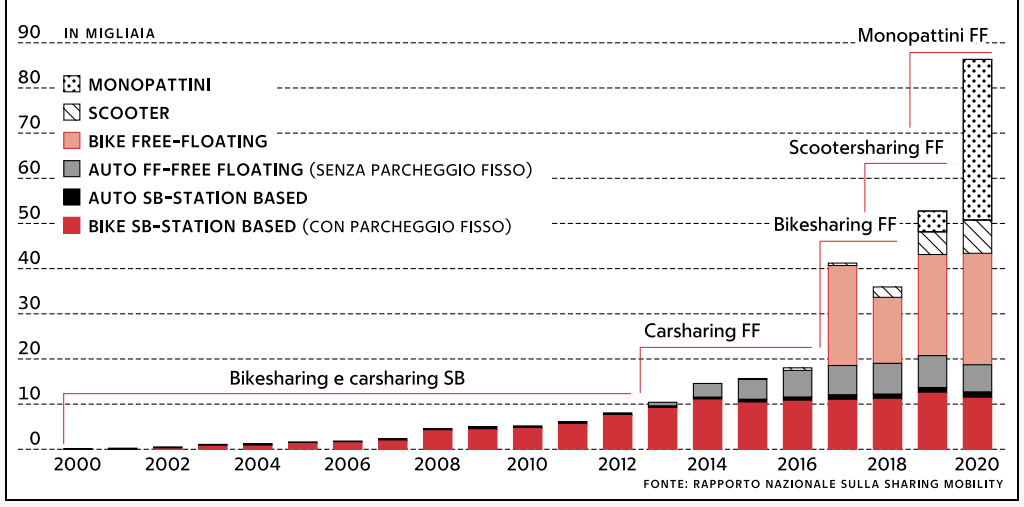
Laddove sono già stati compiuti passi in avanti importanti è sul fronte dell'alternativa ai motori a propulsione termica, considerato che i trasporti sono tra i principali artefici dell'inquinamento. Nel 2021 le auto elettriche in circolazione sulle strade italiane sono raddoppiate rispetto al 2020, arrivando a valere il 9,4% del mercato. Motus-E (associazione che raggruppa tutti gli stakeholders della mobilità elettrica) segnala che sono state immatricolate 67.255 auto elettriche a batteria (+107% sul 2020) e 69.499 Phev, cioè ibride (+153,75%). Numeri destinati a crescere, anche alla luce di una normativa sempre più stringente sul fronte delle emissioni. Basti pensare che da ottobre prossimo la Lombardia (e altri territori potrebbero presto seguire) farà scattare il blocco strutturale delle auto a benzina classe antinquinamento Euro 2 e delle diesel Euro 4. Inoltre la Commissione europea ha messo a punto il pacchetto clima denominato "Fit for 55", nel quale tra le altre cose è stata inserita la misura speciale relativa al divieto di vendita di automobili che emettono anidride carbonica, a partire dal 2035.

Intanto hanno già raggiunto una diffusione importante anche i servizi di shared mobility, tra biciclette, automobili, monopattini e scooter a noleggio. Secondo l'osservatorio di settore Osm, 49 capoluoghi di provincia italiani hanno già un'offerta strutturata di questi servizi, contro 59 che ne restano sprovvisti. L'offerta è più ampia nel Nord e nei grandi centri urbani. «Quello che si vede dall'esterno è la disponibilità di veicoli da prendere in locazione, ma lo sviluppo della mobilità condivisa porta con sé la necessità di ripensare l'intero sistema di trasporto, in

1 In crescita il numero delle auto elettriche che circolano sulle strade

I numeri

LA CRESCITA
DEI VEICOLI IN SHARING SUL TERRITORIO ITALIANO



FONTE: RAPPORTO NAZIONALE SULLA SHARING MOBILITY

GETTY

mondiale viveva in aree urbane, ci si attende che si arrivi ai due terzi della popolazione entro il 2050, e il fenomeno non sembra rallentare a seguito degli shock sanitari correnti – osserva il professore della Sda Bocconi – Un numero crescente di persone in giro per il mondo tende a lasciare le campagne e le province per confluire nei grandi centri urbani, che diventano metropoli. Infatti, qui si concentrano le maggiori opportunità non solo lavorative, ma anche di socializzazione».

Questa dinamica pone problemi ambientali sempre più grandi, oltre alla necessità di ottimizzare le tempistiche degli spostamenti. Così non è un caso se sul terreno delle smart city si stanno concentrando gli sforzi di molti dei grandi operatori della mobilità. Dar vita a città intelligenti significa riuscire a creare ecosistemi nei quali veicoli, infrastrutture fisiche e digitali sono in grado di dialogare tra loro, minimizzando al contempo l'impiego di risorse naturali e reimmetterle in circolo una volta giunte a fine vita. Città circolari, dunque, nelle quali la tecnologia è un valore abilitante della trasformazione, così come la capacità di riprogettare gli spazi urbani per integrare il nuovo. Dallo scoppio della pandemia ha preso consistenza l'idea di dar vita a città dei 15 minuti, a cominciare dal manifesto della sindaca di Parigi, Hanne Hidalgo, secondo la quale i centri urbani dovranno assicurare a chiunque di raggiungere la destinazione prescelta nell'arco di un quarto d'ora.

Secondo uno studio realizzato da Deloitte e Marketing Problem Solving, il modello delle città dai 15 minuti rappresenta la migliore risposta al bisogno di vicinanza ai servizi espresso dal 95% dei cittadini italiani che necessitano di disporre nei propri dintorni di servizi come lavoro, supermarket e verde pubblico. Un obiettivo ambizioso per raggiungere il quale non è sufficiente costruire nuove piste ciclabili, né introdurre o rafforzare gli incentivi per chi acquista auto elettriche; occorre ripensare a fondo le città, attraverso uno sforzo condiviso tra istituzioni, cittadini e imprese che comporti la realizzazione di interventi strutturali, la definizione di regolamentazioni specifiche e il cambiamento di abitudini consolidate.

©RIPRODUZIONE RISERVATA

modo da offrire la massima integrazione anche con l'offerta pubblica» spiega Zerbini. Questo tema chiama in causa il quinto trend emergente nel settore, cioè la capacità di integrare i diversi tasselli della nuova mobilità per dare vita a una catena di valore capaci di tenere assieme ciò che oggi è frammentato.

I CAMBIAMENTI SOCIALI

Lo sviluppo della *shared economy* si spiega anche con l'emergere di nuove sensibilità nella società. I giovani sono meno legati dei loro genitori al concetto di proprietà dei beni, attribuendo piuttosto priorità alla possibilità di accedere a un prodotto o servizio nel momento in cui ne avvertono la necessità. «Un altro grande tema è relativo ai processi di urbanizzazione: se prima della pandemia circa metà della popolazione

I numeri

+107

PER CENTO

Le auto elettriche immatricolate nel 2021 sono state 67.255. Percentualmente più sostenuta l'immatricolazione di ibride: +154%

49

CAPOLUOGHI DI PROVINCIA

Vantano un'offerta strutturata di servizi di shared mobility per residenti e turisti

La strategia

Strade a rischio ingorgo "La tecnologia ci salverà"

MILANO

Saliranno i flussi dalle campagne. I vertici di Atlantia spiegano il ruolo di Yunex Traffic, società dell'Intelligent transport system appena acquisita

Da una parte c'è il fenomeno dell'urbanizzazione crescente, che complica gli spostamenti all'interno delle città, dall'altra l'evoluzione della tecnologia, che offre nuove opportunità per ridurre i tempi di percorrenza e accrescere i livelli di sicurezza». Massimo Sonego, chief strategy & development corporate officer di Atlantia, sintetizza così i nuovi scenari della mobilità, in un contesto che vede sempre più persone spostarsi dalle campagne e dalla provincia verso i grandi centri urbani. Per dare un'idea del ritmo di questo processo, è stato stimato che nel 2050 il 70% della popolazione mondiale vivrà nei grandi centri contro il 54% del 2020. Un'evoluzione che comporterà problematiche crescenti non solo in termini di emissioni inquinanti, ma anche di gestione del traffico e garanzia di accesso ai servizi essenziali.

«Questo scenario impone di adottare soluzioni di mobilità sempre più flessibili, in modo che ciascun utente possa trovare la soluzione più adeguata ai bisogni del momento, in termini di destinazione, tempi e velocità di spostamento, costo e comfort» racconta Sonego. Il riferimento è alla necessità di decongestionare il traffico nelle ore di punta, fornire indicazioni in tempo reale per velocizzare gli spostamenti e minimizzare l'impatto dei trasporti sull'ambiente. La tecnologia è di supporto in questo senso: basti pensare ai volocopter, taxi del cielo elettrici a decollo verticale in grado di velocizzare gli spostamenti cittadini, o agli hyperloop, treni di nuova generazione per il trasporto ad alta velocità di merci e passeggeri all'interno di tubi a bassa pressione. «Gli sviluppi tecnologici riguardano tutte le forme di trasporto, nella convinzione che non ve ne sarà una capace di prevalere nettamente sulle altre: piuttosto occorrerà interconnettere treni, autostrade, vie cittadine, porti e aeroporti e le nuove forme di mobilità emergenti in modo che interagiscano tra loro offrendo varie opzioni, tra le quali poi il singolo utente sceglie la migliore in base alle necessità del momento».

Le infrastrutture non solo dovranno essere interconnesse, ma anche capaci di "dialogare" con veicoli e persone. Si pensi all'esempio dell'auto elettrica, perno intorno al quale ruotano tante tecnologie, da quelle che alimentano il motore all'hi-tech a bordo, che permette di conoscere il percorso più breve in base alle condizioni di traffico, ma dispone anche di sensori necessari per la guida in sicurezza, fino alla prospettiva di arrivare a mezzi capaci di guida senza conducente.

In questo scenario si inquadra l'accordo di Atlantia con Siemens per rilevare Yunex Traffic, società specializzata nel settore dell'Intelligent transport system (Its), vale a dire l'insieme delle soluzioni tecnologiche per migliorare la gestione delle reti di trasporto e i servizi per i viaggiatori. L'intesa, arrivata alla fine di un processo competitivo al quale hanno preso parte anche diversi operatori extraeuropei, consente al gruppo italiano guidato da Carlo Bertazzo e attivo nei settori autostradale, aeroportuale e delle tecnologie di mobilità di integrare il più importante operatore di un settore che, a livello globale, sta crescendo ogni anno a due cifre percentuali.

Carlo Bertazzo ceo di Atlantia

Massimo Sonego chief strategy & development corporate officer di Atlantia

Con sede a Monaco di Baviera, Yunex ha in essere accordi con 600 città di quattro continenti, nella maggior parte dei casi presenti in mercati fin qui non presidiati da Atlantia. «L'accordo crea prospettive di integrazione a livello geografico, grazie alla nostra presenza radicata soprattutto nel Sud Europa e in America Latina e a quella di Yunex nel Nord America e in Asia e Oceania che si aggiungono a quelle di tipo industriale. Pensiamo ad esempio al ruolo che i software possono svolgere per lo sviluppo delle smart city, dai temi legati all'ottimizzazione del traffico a quelli relativi alla sicurezza. Inoltre mentre i nostri clienti di riferimento sono in primo luogo gli utenti che hanno necessità di usufruire dei servizi di mobilità, l'azienda tedesca è concentrata su municipalità e altri enti pubblici».

Proprio l'assenza di sovrapposizioni di business fa sì che appaia scontato il via libera delle autorità antitrust, unica condizione sospensiva al completamento dell'acquisizione, che verosimilmente sarà completata entro settembre. «Abbiamo già un piano di sviluppo ben definito, con l'obiettivo di partecipare con un'offerta integrata ai bandi per i servizi di mobilità che verranno aperti nei prossimi mesi, in linea con il processo di transizione ecologica in corso in tutto il mondo» aggiunge Sonego. Basti pensare che nella sola Ue, il nuovo regolamento Ten-T (TransEuropean Transport Network) ha da poco stabilito che le 424 principali città dell'area, di cui 94 italiane, entro il 2025 dovranno sviluppare un piano di mobilità sostenibile che includa misure per integrare le diverse modalità di trasporto sostenibile disponibili. Ecco perché tra le priorità di Atlantia, come ha confermato il ceo Carlo Bertazzo, vi sarà portare la tecnologia di Yunex in Italia, Francia e Spagna. **– l.d.o.**

©RIPRODUZIONE RISERVATA

I numeri

70

PER CENTO

È la percentuale di popolazione mondiale che - si stima - vivrà nei grandi centri urbani nel 2050, a fronte del 54% del 2020

600

LE CITTÀ

Con le quali Yunex ha attualmente accordi di collaborazione in molte parti del mondo

Focus

Ambiente

Le tappe verso la decarbonizzazione

1 ALAMY

Trasporti, industria e rinnovabili i passi italiani per il Green Deal

SIBILLA DI PALMA

Secondo l'ultimo rapporto dell'agenzia europea per il clima Copernicus, il 2021 è stato il quinto anno più caldo mai registrato. Previsti interventi forti. Per ridurre i combustibili fossili drasticamente

Quest'estate ha piovuto per la prima volta sulla calotta glaciale della Groenlandia. Un episodio inusuale e allarmante che basta a spiegare come mai la parola d'ordine nei prossimi anni sarà decarbonizzare, ovvero eliminare le emissioni di anidride carbonica derivanti dall'uso di combustibili fossili. Si tratta di una sfida ambiziosa e non semplice, ma che occorre vincere se vogliamo continuare ad avere un futuro su questo Pianeta. Ridurre il nostro impatto sull'ambiente è infatti fondamentale per arginare il problema dei cambiamenti climatici che porta a fenomeni estremi sempre più frequenti, con conseguenze gravissime per la nostra vita e per molte attività economiche.

Guardando all'ultimo rapporto dell'agenzia europea per il clima Copernicus, il 2021 è stato il quinto anno più caldo mai registrato, con una temperatura più elevata di 1,2°C rispetto al periodo pre-industriale. La Cop26, conferenza delle Nazioni Unite sui cambiamenti climatici che ha riunito a novembre i grandi della Terra, ha stabilito non a caso di voler mantenere il riscaldamento globale entro il limite di 1,5 gradi.

55

PER CENTO

Il Green Deal punta a ridurre le emissioni climalteranti entro il 2030

40

PER CENTO

Le rinnovabili dovranno coprire almeno il 40% del mix energetico entro il decennio

IL PACCHETTO FIT FOR 55

E anche l'Europa non è rimasta a guardare: il Green Deal punta a ridurre le emissioni climalteranti di almeno il 55% entro il 2030 e a raggiungere la decarbonizzazione entro il 2050 attraverso una serie di interventi. Tra questi, l'investimento in tecnologie rispettose dell'ambiente, il sostegno all'industria nell'innovazione, l'introduzione di forme di trasporto privato e pubblico più pulite, più economiche e più sane, la decarbonizzazione del settore energetico, la maggior efficienza energetica degli edifici. In questa direzione si muove anche il "Fit for 55", pacchetto legislativo presentato lo scorso luglio dalla Commissione europea per rendere le politiche in materia di clima, energia, uso del suolo, trasporti e fiscalità idonee a ridurre le emissioni nette di gas serra di almeno il 55% entro il 2030, rispetto ai livelli del 1990. Le proposte contenute nel pacchetto toccano diversi punti. Tra queste, una revisione dell'Eu Emissions Trading System (Ets) per incentivare un consumo efficiente di energia e investimenti in energia pulita.

Tra i settori più coinvolti spicca quello dei trasporti: ai costruttori è infatti richiesto di ridurre le emissioni dei nuovi veicoli del 55% entro il 2030 (mentre dal 2035 dovrebbe partire lo stop alla vendita di auto nuove che emettono CO2). Grossi passi in avanti sono previsti poi in materia di rinnovabili che dovranno coprire almeno il 40% del mix energetico entro questo decennio, il doppio di oggi. Così come dovranno raddoppiare entro il 2030 gli obiettivi di risparmio energetico a livello comunitario.

LA SITUAZIONE ITALIANA

A che punto siamo in Italia? La transizione ecologica rappresenta uno dei pilastri fondamentali su cui si fonda il Piano nazionale di ripresa e resilienza (che si inserisce all'interno del programma Next Generation EU, il pacchetto da 750 miliardi di euro lanciato dall'Unione Europea in risposta alla crisi pandemica) con interventi e investimenti che spaziano dall'efficienza energetica all'idrogeno, dall'economia circolare alla mobilità sostenibile, passando per le fonti rinnovabili che rappre-

Focus

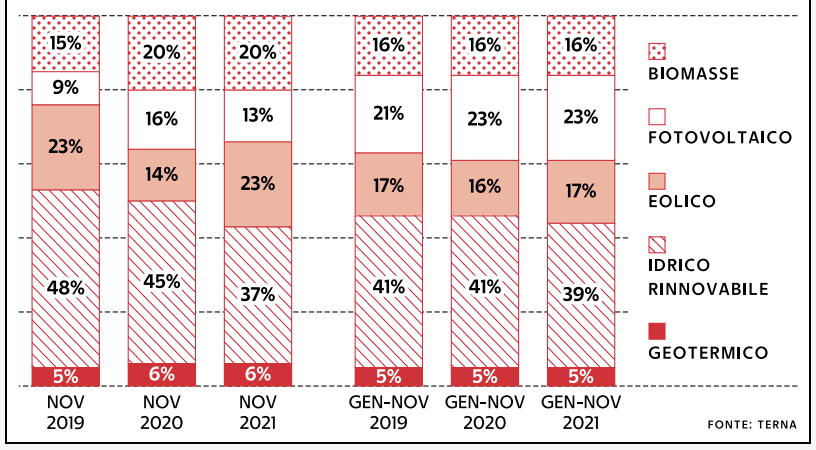
IL DOSSIER DI TERNA

I dati Terna sottolineano come nel periodo gennaio-novembre 2021 le fonti rinnovabili hanno prodotto circa 105,1 TWh (-0,5% sullo stesso periodo del 2020). La quota delle energie green si è attestata al 36% della domanda elettrica, contro il 38% dello stesso periodo del 2020 e il 35% dello stesso periodo del 2019. Mentre in termini di produzione elettrica interna le fonti rinnovabili hanno contribuito per il 41,6% (in lieve aumento rispetto al 42,5% del 2020). Livelli che non decollano e che richiedono un'accelerazione per raggiungere il target del 55% al 2030

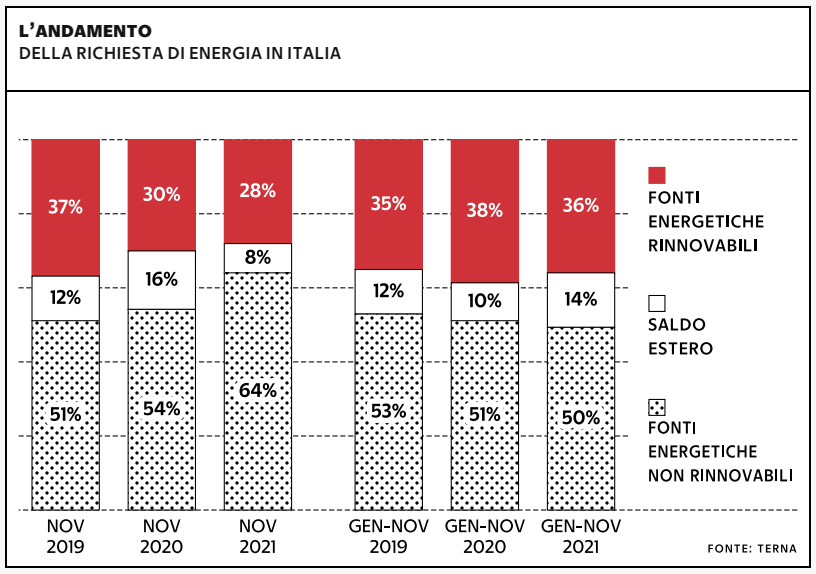
1 La Cop26, conferenza delle Nazioni Unite sul clima, ha riunito a novembre i grandi della Terra

I numeri

LA PRODUZIONE
DI ENERGIA DA FONTI RINNOVABILI IN ITALIA



L'ANDAMENTO
DELLA RICHIESTA DI ENERGIA IN ITALIA



sentano un tassello fondamentale nel processo di decarbonizzazione dell'energia.

Su quest'ultimo fronte, dati Terna sottolineano come nel periodo gennaio-novembre 2021 le fonti rinnovabili hanno prodotto circa 105,1 TWh (-0,5% sullo stesso periodo del 2020). La quota delle energie green si è attestata al 36% della domanda elettrica, contro il 38% dello stesso periodo del 2020 e il 35% dello stesso periodo del 2019. Mentre in termini di produzione elettrica interna le fonti rinnovabili hanno contribuito per il 41,6% (in lieve aumento rispetto al 42,5% del 2020). Livelli che non decollano e che richiedono un'accelerazione per raggiungere il target del 55% al 2030. In ottica decarbonizzazione occorrerebbe, inoltre, attuare un'azione sinergica che coinvolga più settori: le attività umane che causano le emissioni climalteranti non si limitano infatti a quelle legate al consumo di energia, ma abbracciano anche altri ambiti, come ad esempio l'agricoltura.

L'ultimo Italy Climate Report evidenzia che il settore industriale è primo per emissioni di gas serra, con il 37% del totale nazionale. Nei prossimi anni sarà dunque chiamato a un'importante azione per tagliare le proprie emissioni. In che modo? Riducendo i consumi di energia, incrementando la quota di fonti rinnovabili e agendo sull'elettrificazione di una parte dei consumi da combustibili fossili. Secondo il report, il maggior contributo in termini di riduzione delle emissioni di gas serra nazionali da oggi al 2030 arriverà dal comparto degli edifici – residenziali, pubblici e commerciali – attualmente il secondo per emissioni (il 28% di quelle totali nazionali).

37
PER CENTO
L'ultimo Italy Climate Report evidenzia che il settore industriale è primo per emissioni di gas serra, con il 37% del totale nazionale. Si punta anche al patrimonio edilizio (il 73% degli edifici residenziali ha almeno 40 anni di vita)

LA RIQUALIFICAZIONE ENERGETICA

A contribuire in positivo sarà in particolare la riqualificazione energetica dell'obsoleto patrimonio edilizio italiano (il 73% degli edifici residenziali ha almeno 40 anni di vita), alla quale ha dato una spinta il superbonus al 110% che è stato prorogato al 2023. Anche i trasporti dovranno attuare una svolta in termini di inquinamento. Si tratta attualmente del terzo settore per emissioni di gas serra, con il 26% del totale nazionale, oltre a essere l'unico che nell'ultimo trentennio non è riuscito a ridurle. Per farlo, evidenzia il report, occorrerà ridurre il tasso di motorizzazione a un parco complessivo di autoveicoli di circa 33 milioni nel 2030, facendo al contempo leva sul trasporto condiviso e sulle auto a trazione elettrica.

Infine, il report si sofferma sul comparto agricolo, responsabile del 9% delle emissioni di gas serra nazionali. Pur avendole ridotte negli ultimi 30 anni del 16%, il settore è chiamato a tagliarle ulteriomente del 29% entro il 2030, agendo in primo luogo sulle emissioni provenienti dagli allevamenti, finiti più volte sotto i riflettori per il loro forte potere inquinante dovuto all'emissione di ossido di diazoto, un gas serra che ha un potere climalterante 310 volte più alto della CO2.

©RIPRODUZIONE RISERVATA

La strategia del gruppo

Pnrr, Hera in fase di lancio progetti al top per i bandi

MILANO

Tomaso Tommasi di Vignano, presidente esecutivo, illustra il piano che ricalca anche quello governativo. Non escluse le acquisizioni. L'impegno per le gare

"La dimensione ambientale, quella socio-economica e l'innovazione: il nostro piano al 2025 punta sulle stesse priorità che ritroviamo nell'agenda governativa e internazionale». Tomaso Tommasi di Vignano, presidente esecutivo del gruppo Hera, inquadra così gli obiettivi della multiutility che – come da tradizione – a fine gennaio ha aggiornato i propri obiettivi pluriennali. «Essere impegnati su questi fronti non è più un'opzione. E in un contesto economico sempre più complesso, intendiamo fare la nostra parte per accompagnare concretamente la ripresa del paese, con una serie articolata di interventi per la transizione energetica, l'economia circolare e l'evoluzione tecnologica, e progetti concreti e innovativi in grado di intercettare anche le opportunità di finanziamento del Pnrr».

Il 2022 segna il ventennale dalla nascita della società, frutto della fusione tra undici aziende operanti nel settore della pubblica utilità emiliano-romagnola, che nel tempo è cresciuta anche aggregando altri operatori nel Centro e nel Nord-Est della Penisola. In questo periodo il margine operativo lordo è aumentato di sei volte, puntando su una strategia multibusiness che bilancia le attività regolate e quelle a libero mercato, la crescita per linee interne e una serie di operazioni di m&a.

«Un'azienda sana può continuare a crescere solo se crea ricadute positive anche per il contesto in cui opera, compresi clienti e fornitori. Già oggi il nostro gruppo è sempre più resiliente, capace di garantire continuità e qualità dei servizi, con posizioni di leadership nei diversi business, a partire dall'ambiente» sottolinea Tommasi di Vignano.

Quanto al futuro, Hera conta di arrivare al 2025 con un mol di 1,4 miliardi, frutto anche di investimenti per oltre 3,8 miliardi in arco Piano (circa 770 milioni all'anno, il 60% in più rispetto a quanto fatto nel corso dell'ultimo quinquennio), che serviranno soprattutto a completare la transizione energetica, a sviluppare iniziative di economia circolare e a migliorare la dotazione tecnologica del gruppo, in modo da renderlo più competitivo anche nella partecipazione ai bandi di pubblici legati al Pnrr.

1,4
MILIARDI
Hera conta di arrivare al 2025 con un mol di 1,4 miliardi grazie agli investimenti

60
PER CENTO
L'aumento degli investimenti rispetto a quanto fatto nell'ultimo quinquennio

Non sono escluse nuove acquisizioni, dato che nel piano vengono indicate, tra le opportunità offerte dal contesto italiano, anche quelle legate al consolidamento di mercati ancora troppo frammentati, oltre alle gare per il rinnovo dei servizi in concessione e all'ulteriore liberalizzazione del settore energia elettrica con il superamento della maggior tutela.

L'ambiente è una delle tre dimensioni cardine del nuovo piano, con la previsione di una serie di iniziative per la lotta al cambiamento climatico, come gli interventi per abbattere le emissioni, incrementare la resilienza delle infrastrutture e promuovere l'economia circolare. La dimensione socio-economica mira, invece, alla creazione di valore condiviso: il gruppo punta a estendere la gamma e la qualità dei propri servizi nei territori di presenza storica, forte anche delle recenti aggiudicazioni nelle gare per il rinnovo delle concessioni per i servizi regolati, ma anche in nuove aree, cogliendo ulteriori opportunità di sviluppo per linee esterne.

La dimensione innovazione, infine, abbraccia tutte le opportunità legate all'evoluzione tecnologica, con l'obiettivo di incrementare ulteriormente l'efficienza e la qualità dei servizi, ma soprattutto di far evolvere il modello di gestione operativa.

Quotata dal 2003 a Piazza Affari ed entrata nel 2019 nel Ftse Mib, Hera continua a contare nel proprio capitale gli enti locali delle utility via via integrate nel gruppo, che detengono circa la metà del capitale sociale. Per gli azionisti è in vista un ulteriore rafforzamento delle politiche dei dividendi, attesi in crescita del 5,7% medio annuo (in linea con il progresso stimato per gli utili netti), per arrivare nel 2025 a 14,5 centesimi per azione, a partire dai 12 a valere sul bilancio 2021.

«In questi venti anni abbiamo sempre guardato avanti, potendo contare su solide fondamenta: il nostro patrimonio e una strategia consolidata. Anche e soprattutto nei mesi difficili che il Paese ha attraversato ultimamente, abbiamo continuato a garantire servizi di qualità e a sostenere chi ha creduto in noi. A partire dai nostri dipendenti, clienti, fornitori fino ai nostri azionisti, ai quali prevediamo di distribuire dividendi in ulteriore crescita» conclude Tommasi di Vignano. **– s.d.p.**

©RIPRODUZIONE RISERVATA

Focus

UN SUCCESSO IN BORSA
Quotata dal 2003 a Piazza Affari ed entrata nel 2019 nel Ftse Mib, Hera continua a soddisfare gli azionisti: è in vista un ulteriore rafforzamento delle politiche dei dividendi, attesi in crescita del 5,7% medio annuo (in linea con il progresso stimato per gli utili netti), per arrivare nel 2025 a 14,5 centesimi per azione, a partire dai 12.

Il personaggio

Tomaso Tommasi di Vignano
presidente esecutivo
Gruppo Hera

Focus

Innovazione

Il report

La rivoluzione dell'Open banking più profitti con la svolta digitale

MARCO FROJO

Il settore è andato incontro a grandi cambiamenti. Gli istituti retail hanno dovuto affrontare la concorrenza sul web. Per conservare clienti c'è bisogno di servizi. A valore aggiunto

1

Negli ultimi anni il settore bancario è andato incontro a profondissimi cambiamenti. Le ragioni di ciò non vanno però cercate solo nell'epidemia di Covid-19, anche se è indubbio che quest'ultima abbia avuto un impatto molto significativo. Già prima dell'esplosione dell'emergenza sanitaria le banche tradizionali avevano dovuto fare i conti con la concorrenza degli istituti nati sul web e attivi solo tramite i canali digitali, un fenomeno ormai più che consolidato, e più recentemente con le cosiddette Fintech, ovvero quelle società di servizi che hanno rivoluzionato la fornitura di servizi bancari tramite il ricorso a soluzioni high-tech. In questo scenario, di per sé già così complesso, si sono poi inserite le mutate esigenze dei consumatori che pretendono dalla propria banca velocità, efficienza e servizi innovativi. Senza ovviamente contare che il Covid ha reso la relazione banca-cliente quasi esclusivamente digitale.

SFIDA PER SOPRAVVIVERE

La situazione è efficacemente riassunta nel report "World Retail Banking Report 2021" realizzato da Capgemini e dall'European Financial Management Association (Efma), secondo il quale "le banche retail si trovano di fronte a una scelta: allineare la loro offerta alle aspettative dei clienti o correre il rischio di perderli definitivamente". Insomma, una sfida per la sopravvivenza.

"Negli ultimi dieci anni, neobank e challenger bank hanno attirato più di 39 milioni di clienti. Secondo l'81% dei consumatori intervistati, un accesso semplificato e servizi bancari più flessibili sono le ragioni che li spingeranno a rivolgersi a un provider di nuova generazione, abbandonando la loro banca tradizionale – si legge nello studio – Allo stesso tempo, molte banche tradizionali stanno cercando di mantenere e far crescere il proprio bacino di clienti attraverso un percorso di digitalizzazione e ottimizzazione dei costi, sforzi che la pandemia di Covid-19 ha costretto ad accelerare. Inoltre, i clienti retail si aspettano ora esperienze on-demand e completamente digitalizzate, servizi iper-personalizzati e assistenza 24 ore su 24. Nonostante ciò, il 46% dei dirigenti bancari intervistati afferma di non sapere come abbracciare l'open banking, gestire gli ecosistemi e diventare un'organizzazione davvero data-driven, tutti componenti essenziali del nuovo modo di fare banca".

Nell'Unione Europea la rivoluzione dell'Open banking è ufficialmente iniziata nel settembre del 2019 con l'introduzione della direttiva comunitaria sui servizi di pagamento Psd2. La normativa comunitaria prevede la possibilità per le cosiddette terze parti di accedere ad alcuni dati dei conti correnti, ovviamente con il consenso del correntista. Le terze parti o Third Party Provider (Tpp) sono società di servizi che forniscono funzionalità aggiuntive rispetto a quelle dell'istituto di credito presso cui è stato aperto il conto corrente. Esse possono anche offrire gli stessi servizi della banca ma in maniera più efficiente o a costi inferiori. Questo ha permesso al banking di diventare un ecosistema dove il cliente è in grado di trovare tutto quello di cui ha bisogno, anche se un determinato servizio non rientra fra quelli offerti dalla sua banca. Con il termine Open banking, cioè di banking "aperto", si indica proprio il fatto che il rapporto cliente-banca non è più esclusivo.

ECOSISTEMI APERTI

"Le banche tradizionali possono ottenere nuovo valore aggiunto dagli ecosistemi aperti attraverso le piattaforme Banking-as-a-Service (BaaS), che offrono accesso a nuove fonti di dati e opportunità di monetizzazione – spiegano gli esperti di Capgemini ed Efma – Diventa necessario adottare rapidamente approcci focalizzati sull'esperienza utente e basati sulle piattaforme, che incorporino i servizi bancari nelle abitudini quotidiane dei consumatori".

Il settore sembra essere a buon punto: il 66% delle banche sostiene di avvalersi già di una piattaforma BaaS, mentre il 25% è in procinto di svilupparne una. Gli operatori tradizionali hanno diversi punti di forza che possono facilmente sfruttare, come reporting, conoscenza del cliente, licenze, elaborazione delle transazioni e connessioni globali. Possono inoltre attingere a una serie di fornitori esterni per migliorare la loro offerta e soddisfare al meglio le esigenze dei consumatori, che richiedono oggi un'esperienza più integrata e personalizzata.

«Le organizzazioni, bancarie e non, hanno l'opportunità di unirsi per offrire un servizio migliore ai clienti – spiega John Berry, ceo di Efma – Queste partnership strategiche consentono di creare nuovi prodotti e servizi capaci di rifletterne lo stile di vita, i bisogni, i desideri e persino le personalità. Le banche devono concentrarsi su customer experience, riduzione dei costi e iniziative di sostenibilità. Il futuro del settore passa per una forte infrastruttura digitale e un atteggiamento flessibile nell'abbracciare l'innovazione».

LA CHIAVE DEL SUCCESSO

Secondo lo studio "World Retail Banking Report 2021", dal mo-

L'opinione

Molte banche tradizionali stanno cercando di mantenere e far crescere il proprio bacino di clienti attraverso un percorso di digitalizzazione e ottimizzazione dei costi

DAL REPORT
CAPGEMINI E EFMA

1 La rivoluzione è iniziata nel settembre 2019 con la direttiva comunitaria Psd2

La società di consulenza

Dal cloud ai servizi smart Capgemini punta al tech

MILANO

Andrea Falleni, amministratore delegato, illustra le strategie di cambiamento "I clienti vogliono cercare, comprare e finanziare i loro acquisti in pochi passi"

L'attività bancaria come la conosciamo potrebbe essere significativamente ridisegnata in futuro. Questo non significa che le banche perderanno di importanza, anzi continueranno ad essere centrali, ma le sollecitazioni a cui il settore è sottoposto sono tali che profondi cambiamenti sono inevitabili. Di questo è convinto Andrea Falleni, amministratore delegato di Capgemini in Italia, secondo il quale già prima del Covid il business bancario stava vivendo un intenso processo di trasformazione, sotto la duplice pressione di un contesto economico caratterizzato da bassi tassi di interesse e un'intensa concorrenza da parte di nuovi attori, come le big tech e le challenger bank. «La pandemia ha dato un'ulteriore spinta a questi processi, portando le banche a lavorare molto sull'efficienza, ma ha soprattutto creato nuove esigenze, anche nell'ambito della relazione con i clienti, che stanno avanzando una richiesta sempre più forte sulla trasformazione digitale – spiega il numero uno della società di consulenza in Italia – Oggi i clienti si aspettano un'esperienza omnicanale, attenta alla trasparenza e accompagnata da una riduzione dei costi relativi ai prodotti e servizi. In particolar modo vogliono un'esperienza che trascenda il puro aspetto transazionale».

Non è dunque più sufficiente avere filiali e gestori dedicati; oggi, le banche più evolute si presentano come "one-stop shop" rendendo disponibili, attraverso marketplace collegati e altre piattaforme, servizi a valore aggiunto come l'acquisto di una casa o di un'auto. «I clienti vogliono cercare, comprare e finanziare i loro acquisti in pochi passi, con un'esperienza che si sviluppa tra fisico e digitale senza soluzione di continuità. Questo sta portando all'affermarsi di un modello di *banking-as-a-lifestyle*, che reinventa i processi di acquisto dei clienti per fornire consigli, prodotti e servizi di valore al momento giusto e attraverso il canale migliore».

Le banche, per parte loro, sono sempre più consapevoli della sfida che stanno affrontando e come essa debba necessariamente passare per l'upgrade, sostituzione o outsourcing dei sistemi di core banking, ossia quelle componenti del sistema informativo della banca che consentono lo svolgimento delle operazioni tipiche del business bancario, dalla gestione del conto corrente, all'apertura di un mutuo, alla gestione del risparmio. «Oggi lo stato di tali sistemi limita fortemente lo sviluppo dei modelli di business e l'interazione con il cliente, ponendo un freno all'evoluzione digitale – precisa l'ad di Capgemini Italia – Dai nostri studi emerge come sia proprio il core banking a generare alcune delle più rilevanti sfide di business e tecnologiche. Gli utenti si aspettano una esperienza iper-personalizzata che valorizzi le informazioni in possesso della banca, ma l'elevata frammentazione dei sistemi crea dei silos che impediscono una visione a 360 gradi delle informazioni del cliente. La capacità di sviluppare nuovi prodotti per seguire l'evoluzione delle esigenze del mercato è un altro driver competitivo chiave, dal momento che gli attuali sistemi possono richiedere mesi o anni per il lancio di nuovi servizi, a fronte delle nuove realtà come le neo-bank, in grado di farlo in pochissimo tempo».

Per Falleni, dal punto di vista operativo questo comporta la necessità di mettere in campo risorse e competenze, che sviluppino una serie di iniziative fondamentali: «Penso innanzi tutto ad un core banking semplificato, standardizzato e aperto, che porti una maggiore efficienza e scalabilità, affiancato dall'introduzione di un componente centralizzato di prodotti e servizi, con regole commerciali e di prezzo intelligenti per un'offerta modulare e personalizzata. In termini di relazione con il cliente, diventa poi indispensabile l'adozione di piattaforme di experience digitale per migliorare i processi di acquisto e fruizione di prodotto e di canale e per guidare l'innovazione del modello di business. Ancora, la migrazione verso il cloud, una tendenza già in atto, può servire a incrementare agilità, flessibilità e scalabilità dei sistemi di banca, riducendo conseguentemente il time to market e i costi».

61
PER CENTO
Sono le banche che non hanno un team per la customer experience

86
PER CENTO
Più dell'86% dei consumatori è disposto a condividere le informazioni

Il personaggio

Andrea Falleni
amministatore delegato
Capgemini Italia

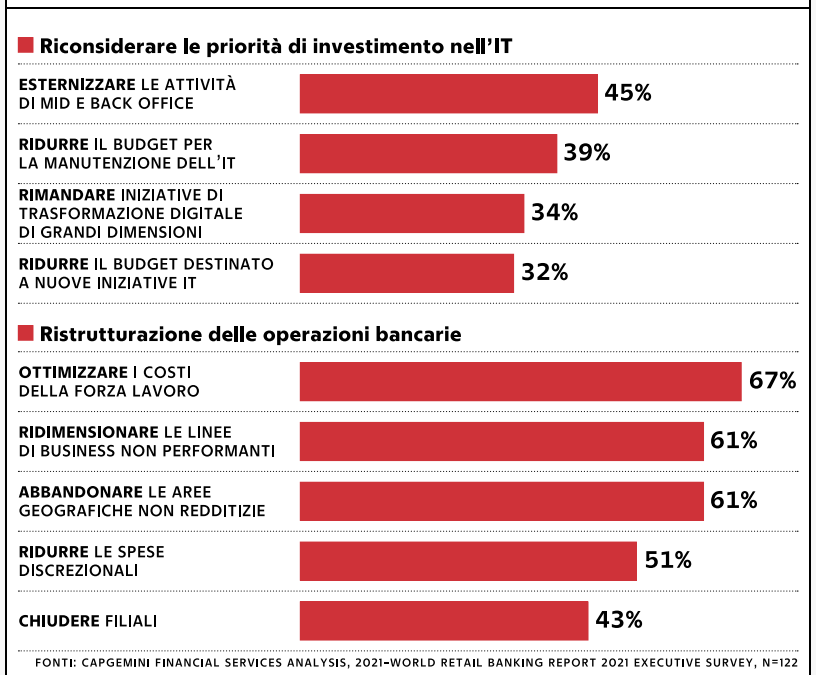
Il mercato sta quindi inevitabilmente andando verso una maggiore integrazione tra piattaforme e questo rappresenta una ulteriore sfida per gli attuali sistemi, che presentano una ridotta capacità di attivare collaborazioni in un contesto di open banking, inibendo di fatto la crescita sinergica.

«Per realizzare questa trasformazione occorrono quindi esperienza, competenze applicative e di processo, ma anche visione. Negli ultimi anni si è investito poco sulla formazione di esperti di core banking, prediligendo più la componente tecnologica. Avere una visione è poi fondamentale quando si deve affrontare un progetto così ampio e invasivo. La possibilità di trasformare un progetto di trasformazione dei sistemi core in un progetto di solo cambio tecnologico è il vero rischio di questi programmi. Questo potrebbe portare certamente qualche vantaggio tecnologico e qualche risparmio sulle infrastrutture, ma sicuramente non si darà nulla di nuovo al business della banca per competere in un mondo che cambia». **– m.fr.**

©RIPRODUZIONE RISERVATA

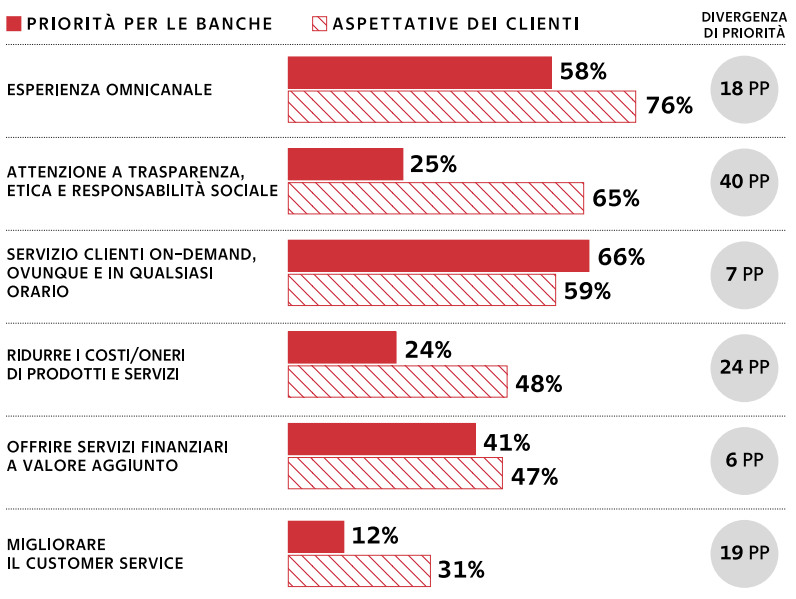
I numeri

I TAGLI
DEI COSTI NEL SISTEMA BANCARIO



FONTI: CAPGEMINI FINANCIAL SERVICES ANALYSIS, 2021-WORLD RETAIL BANKING REPORT 2021 EXECUTIVE SURVEY, N=122

L'AUMENTO
DL DIVARIO TRA LE ASPETTATIVE DEI CLIENTI E LE PRIORITÀ DELLE BANCHE



FONTI: CAPGEMINI FINANCIAL SERVICES ANALYSIS, 2021-WORLD RETAIL BANKING REPORT 2021 VOICE OF CUSTOMER SURVEY, N=8.559; EXECUTIVE SURVEY, N=122

GETTY IMAGES

39
MILIONI
Negli ultimi dieci anni, neobank e challenger bank hanno attirato più di 39 milioni di clienti

81
PER CENTO
Secondo l'81% dei consumatori, un accesso semplificato e servizi bancari più flessibili li spingeranno a rivolgersi a un provider

mento che il settore bancario sta per entrare in un'era in cui i servizi finanziari sono incorporati nella vita quotidiana dei clienti, la collaborazione sarà la chiave per il successo.

OPPORTUNITÀ SENZA PRECEDENTI

"Le piattaforme BaaS offrono opportunità senza precedenti per raccogliere dati attraverso ecosistemi, considerato che più dell'86% dei consumatori è disposto a condividere le proprie informazioni per ottenere un'esperienza migliore e più personalizzata – si legge ancora nello studio – Gli operatori tradizionali devono acquisire competenze digitali per gestire questi ecosistemi, in modo da creare, mantenere e aumentare il proprio valore nell'era di quello che chiamiamo il Banking 4.X. Le banche dovranno quindi mettere i clienti al centro del loro percorso di trasformazione, monitorandone i comportamenti e il sentiment attraverso sistemi di smart data analytics".

Non tutte le banche sembrano ben posizionate per affrontare queste importanti sfide: il 61% di loro ancora non dispone di un team dedicato alla customer experience, necessario per definire le roadmap dei clienti. "Le banche possono migliorare drasticamente la propria esperienza cliente attraverso la digitalizzazione e il rinnovamento delle filiali, garantendo un'esperienza omni-channel coerente e sicura attraverso tutti i touchpoint", conclude il report.

©RIPRODUZIONE RISERVATA

Rapporti
Imprese

Innovazione

Satelliti e tecnologie, vola il business l'Italia sostenibile tra i leader dello spazio

GETTY

VITO DE CEGLIA

La pandemia non ha frenato i flussi di investimenti pubblici e privati. Previsto nel Pnrr un finanziamento diretto di 1,49 miliardi di euro Ci crede anche il mercato azionario

Produttori di satelliti e di componenti elettroniche, di velivoli spaziali e di sistemi di lancio, di hardware e software d'avanguardia, di servizi di telecomunicazione, navigazione ed osservazione della Terra come sensori, antenne o Gps. La pandemia non ha frenato i flussi di investimenti pubblici e privati nell'economia spaziale in Italia e nel mondo, secondo l'ultimo studio dell'Osservatorio Space Economy della School of Management del Politecnico di Milano, dal titolo "La Space Economy per la competitività e lo sviluppo sociale del Paese".

Il giro di affari cresce a ritmi impressionati. Il valore generato dall'economia spaziale ha raggiunto a livello globale 371 miliardi di dollari di ricavi, praticamente in linea rispetto all'anno precedente (nel 2020 il valore era stimato a 366 miliardi di dollari) ma il doppio rispetto a 10 anni fa. Analizzando gli investimenti dei singoli paesi in relazione al Pil (0,06% nel 2019), l'Italia si colloca ai vertici, cioè al terzo posto in Europa e al sesto posto nel mondo dopo Russia, Usa, Francia, India e Germania.

A fronte di questi investimenti, il 73% della spesa globale è riconducibile all'industria satellitare (che include servizi satellitari di telecomunicazione, navigazione ed osservazione della Terra, prodotti per l'equipaggiamento a Terra come sensori, antenne o Gps). Ma la Space Economy cresce anche in termini di satelliti in orbita: nel 2021 se ne contano in totale 4.838, con un aumento soprattutto dei piccoli satelliti (sotto i 600 kg). Solo nel 2020 ne sono stati lanciati il 40% (pari a 1.202 satelliti) di quelli lanciati negli ultimi 10 anni. La massa totale dei satelliti orbitanti è di circa 564 tonnellate. «Nel 2021, in particolare, c'è stata un'accelerazione nei viaggi spaziali con civili grazie ad aziende come SpaceX, Blue Origin, Virgin Galactic», affermano Paolo Trucco e Franco Bernelli Zazzera, responsabili scientifici dell'Osservatorio Space Economy.

Per i programmi spaziali si stima una somma dei budget governativi a livello mondiale tra 86,9 miliardi e 100,7 miliardi di dollari. Per entità di spesa, nel 2021, appena dopo gli Usa (al primo posto nel mondo con oltre 43 miliardi di dollari), viene l'Europa con 11,48 miliardi di dollari, seguita da Cina, Russia, Giappone e India. La Ue, oltre a possedere sistemi spaziali di livello mondiale (Copernicus, Egnos e Galileo) con più di 30 satelliti in orbita (l'intenzione è di raddoppiarli nei prossimi 10-15 anni), prevede di investire 14,8 miliardi di euro nel periodo 2021-2027, la somma più alta mai stanziata prima.

Ben 88 paesi nel mondo investono in programmi spaziali, 14 dei quali hanno capacità di lancio. L'Italia è tra i 9 dotati di un'agenzia spaziale con un budget di oltre 1 miliardo di dollari all'anno.

Analizzando gli investimenti dei singoli paesi in relazione al Pil (0,06% nel 2019), il nostro paese si colloca al sesto posto al mondo, dopo Russia, Usa, Francia, India e Germania, e al terzo in Europa. Con 589,9 milioni di euro, l'Italia è il terzo contribuente all'European Space Agency nel 2021, dopo Francia (1065,8 milioni) e Germania (968,6). Inoltre, l'Italia ha previsto un finanziamento diretto allo spazio di 1,49 miliardi di euro nel Piano nazionale di ripresa e resilienza (Pnrr).

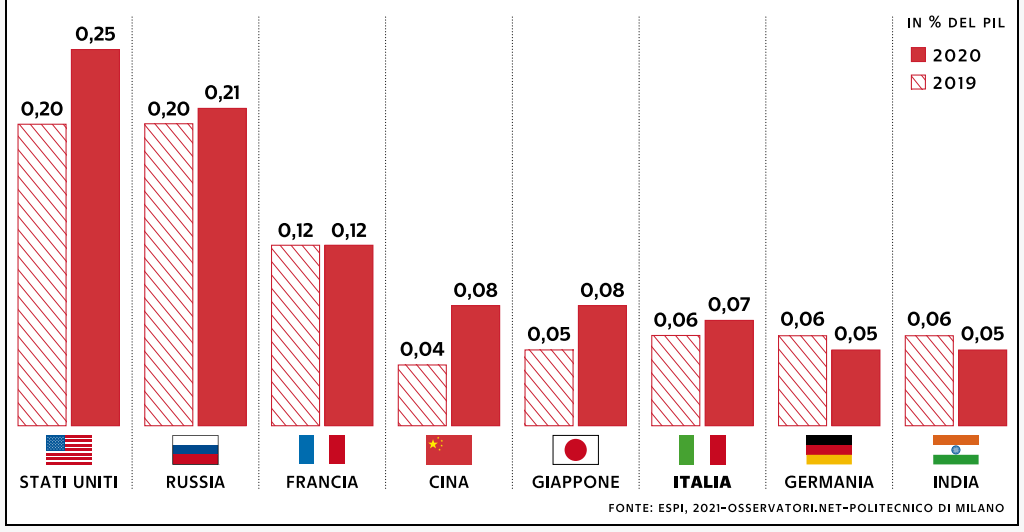
Nel 2021, si stimano complessivamente 12,3 miliardi di euro di finanziamenti a livello globale, una cifra rilevante. A credere nelle potenzialità dell'economia spaziale è anche il mercato azionario: ben 606 imprese lo scorso anno si sono quotate tramite il meccanismo di Spac (Special Purpose Acquisition Company), contro una sola nel 2020. Tutto questo, secondo l'Osservatorio, è accaduto per effetto della riduzione delle barriere di accesso allo spazio, con la miniaturizzazione dei satelliti, la riduzione dei costi di lancio e regolamentazioni meno stringenti, che hanno portato negli ultimi anni alla nascita e rapida crescita di diverse startup.

Infine, le tecnologie satellitari sono tra i driver rilevanti per raggiungere i 17 Sustainable Development Goals – lo strumento adottato a livello globale per valutare la sostenibilità delle attività economiche e sociali. L'Osservatorio ha studiato l'adozione di applicazioni satellitari per la sostenibilità, analizzando in particolare il contributo dell'osservazione della Terra, della navigazione e della comunicazione ai diversi Sdgs. Ne emerge come l'osservazione della Terra può avere un impatto diretto su 10 Sdgs e indiretto su altri 6, la navigazione un impatto diretto su 6 Sdgs e indiretto su altri 9, la comunicazione un impatto diretto su 4 Sdgs e indiretto su altri 11.

©RIPRODUZIONE RISERVATA

I numeri

GLI INVESTIMENTI
NELLA SPACE ECONOMY A LIVELLO GLOBALE



FONTE: ESPI, 2021-OSSERVATORI.NET-POLITECNICO DI MILANO

1 Il valore dall'economia spaziale ha raggiunto a livello globale i 371 miliardi di dollari di ricavi

73%

SPESA GLOBALE
Il 73% della spesa è riconducibile a telecomunicazioni,osservazione della Terra, Gps

STEFANIA AOI

Le famiglie tornano ad avere voglia di futuro e di fare acquisti: boom di richieste di credito per auto, moto, arredi, prodotti di elettronica

I consumi

L'anno d'oro dei prestiti

Gli italiani ricominciano ad avere fiducia nel futuro. Hanno di nuovo voglia di viaggiare, di pianificare, di fare acquisti. E così crescono le richieste di prestiti raggiungendo nei primi sei mesi del 2021 i 12 miliardi di euro di importo complessivo, in aumento anche rispetto al 2019 dell'1,5%. Non toccavano queste cifre dal 2015. Si tratta di numeri importanti, confermati anche dalle previsioni sul giro d'affari degli operatori del settore.

Oltre la metà delle società che erogano credito al consumo prevede un aumento, visti anche gli investimenti che nel 2021 hanno fatto in digitalizzazione e rinnovo dell'offerta in chiave green muovendo i primi passi verso la sostenibilità ambientale. È quanto emerge dall'ultima edizione dell'Osservatorio Compass, la ricerca dedicata alle aspettative di consumatori ed esercenti per il 2022, condotta dalla società del Gruppo Mediobanca. Il picco di richieste di prestiti si è toccato nel secondo trimestre dell'anno scorso. Otto su dieci (80%) erano per acquisto auto o moto.

Tante anche quelle per l'acquisto di prodotti di elettronica. E sono in media saliti anche gli importi richiesti: per il comparto automotive si è toccata quota 13.649 euro (+1,9% rispetto allo stesso periodo del 2020). Per l'arredamento si è arrivati a 2.651 euro (+5,3%).

«Una cosa è certa – commenta Luigi Pace, direttore centrale marketing & Innovation di Compass – per consumatori ed esercenti il 2021 sembra essere stato un anno di mezzo, ovvero migliore rispetto al 2020 ma meno buono di quanto ci si attende che sia il 2022. Le aspettative per i prossimi undici mesi sono infatti molto elevate». E la convinzione, espressa da quasi un italiano su due, che l'economia del Belpaese ripartirà, sta portando, non a caso, sempre più persone a fare nuovi progetti. Quasi 9 italiani su dieci ne hanno in cantiere alcuni, primo fra tutti riprendere a viaggiare come prima dell'emergenza sanitaria. La voglia che questa pandemia finisca è grande. E così anche il desiderio che il mondo cambi le proprie cattive abitudini: sono numerosi coloro che sono mossi dalla voglia di poter vivere in un pianeta più rispettoso dell'ambiente e della natura e senza l'incubo della crisi economica. La positività e la fiducia registrate hanno effetti benefici sulla propensione alla spesa delle persone. Tanto che diversi commercianti (34%) hanno già riscontrato, nel secondo semestre del 2021, un aumento delle vendite rispetto allo stesso periodo del 2020.

La pandemia ha sì cambiato il comportamento dei clienti che ora sono più attenti alle promozioni e alle offerte ed entrano in negozio solo per gli acquisti di necessità facendo tutto in gran fretta. Ma ha anche regalato loro una buona dose di concretezza e se varcano la soglia di un punto vendita è molto probabile che acquisteranno. Unico neo per oltre 7 esercenti su dieci è costituito dai rincari applicati dai fornitori che riducono i margini di guadagno. Colpa in parte dell'aumento del costo di molte materie prime e dei trasporti.

Chi ha un'attività commerciale ha però imparato a fare di necessità virtù. Davanti alla pandemia, per esempio, in tanti si sono ingegnati e hanno aperto canali social, creato siti web, iniziato a raccogliere ordinativi grazie alla messaggistica istantanea. Un modo per non perdere clienti. In generale, oltre il 30% degli esercenti prevede nel prossimo biennio di realizzare alcuni progetti di sviluppo della propria attività imprenditoriale come, ad esempio, la ristrutturazione dell'attuale spazio di vendita e l'ampliamento della gamma di prodotti offerti. Inoltre, si sperimentano nuove modalità di pagamento: negli ultimi anni si sta progressivamente affermando il servizio di dilazione di pagamento Buy Now Pay Later, sia nel punto vendita che sui siti di e-commerce, che consente al cliente di pagare un prodotto in due o tre rate senza interessi.

©RIPRODUZIONE RISERVATA

1

GETTY

1 Continua per il comparto elettronica la crescita di richieste dei prestiti

Investimenti

Private equity per la ripresa

MARIANO MANGIA

Dopo un 2021 di assoluto rilievo, il mercato consolida il trend di sviluppo e si prepara a un nuovo anno ancora positivo, lo conferma il report semestrale che Deloitte elabora con l'Aifi

1

GETTY

Il mercato del Private Equity consolida il trend di crescita in atto da diversi anni, solo temporaneamente interrotto dallo scoppio della pandemia, e si prepara a un 2022 ancora positivo. La conferma viene dal report semestrale Italy Private Equity Confidence Survey che Deloitte Private elabora con il supporto di Aifi, l'associazione italiana del Private Equity raccogliendo le attese dei principali operatori sull'andamento del settore.

I dati di consuntivo del secondo semestre del 2021 sono di assoluto rilievo: state registrate 241 operazioni, erano 172 dello stesso periodo del 2020, per un controvalore complessivo di 12 miliardi circa e un aumento del valore per operazione, il deal value. Per i primi sei mesi del nuovo anno le previsioni degli operatori di Private Equity e Venture Capital sono ancora positive, l'86% degli intervistati pianifica di effettuare nuovi investimenti, ma più conservativi rispetto al precedente sondaggio: il Deloitte Private Equity Confidence Index, l'indice costruito sulla base dei dati raccolti nelle survey, si assesta su un valore elevato, 123 punti, ma in leggera flessione rispetto al precedente rapporto. Per quanto riguarda lo scenario macroeconomico, a prevedere una significativa ripresa nei prossimi mesi è ora poco più della meta degli intervistati, contro l'89% dell'ultimo sondaggio, il 39% circa si attende uno scenario sostanzialmente invariato rispetto a quello attuale.

Restano positive, ma più moderate, anche le aspettative sulle variabili critiche che influenzeranno il settore del private equity nel primo semestre 2022, poco meno della metà degli operatori ritiene che gli impatti della crisi legata al Covid sul mercato non dureranno più di 12 mesi, una spinta per la ripresa dovrebbe venire dai fondi del Next Generation Eu e dalle altre misure di stimolo adottate. «Durante il prossimo semestre la necessità di trasformazione e riorganizzazione dei business model delle aziende italiane, e in particolare delle Pmi, continuerà a sostenere il mercato del private equity e venture capital, influenzato da variabili come i principali trend tecnologici e il rilancio dell'agenda green», ha spiegato Elio Milantoni, head of Deloitte corporate finance advisory e Fa Deloitte Private responsible.

Su quali settori si concentrerà l'interesse dei fondi di private equity e private debt? Le maggiori preferenze vanno ancora al settore degli industrial product, sebbene in calo rispetto alle indicazioni del precedente report, seguito da food and beverage e Ict (informatica e telecomunicazioni). C'è interesse anche nei confronti del settore beni di consumo e un rafforzamento del farmaceutico e dell'healthcare.

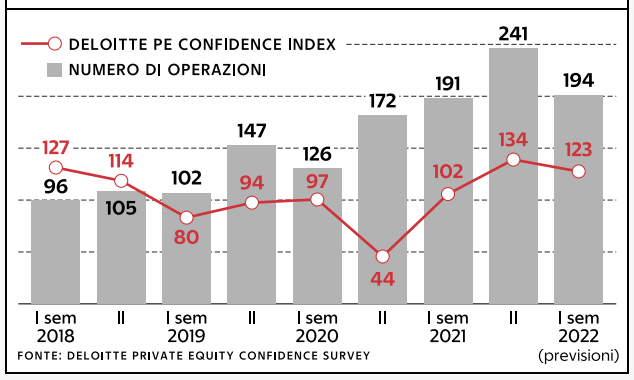
Per quanto riguarda la tipologia di operazioni, il sondaggio di Deloitte Private segnala ai primi posti le operazioni di Leveraged Buy-Out (acquisizione attraverso debito)/replacement (l'investitore si sostituisce a soci non più interessati a proseguire) e il supporto a operazioni di Management Buy-Out (acquisizione originata da manager della stessa impresa target)/Management Buy-In (acquisizione originata da manager esterni all'azienda) mentre appare in calo il gradimento delle operazioni di expansion capital (capitali per finanziare l'espansione o la ristrutturazione). Raccoglie poi un elevato numero di preferenze (73%) l'investimento in quote di maggioranza e si conferma il ruolo centrale delle banche commerciali nel finanziamento a supporto delle operazioni d'investimento, il debito senior bancario è indicato come lo strumento di debito maggiormente utilizzato dalla grande maggL'Italia registra come provenienti da shop online il 4% delle vendite.ioranza degli operatori.

Aumenta l'utilizzo della leva finanziaria, tre quarti degli intervistati dichiara di aver utilizzato una leva maggiore di due e una spinta in tale direzione viene dalla riduzione del costo del debito, più di due terzi degli operatori ha visto applicato uno spread sull'Euribor inferiore a 250 punti base. C'è, infine, un ultimo dato interessante: oltre il 69% degli intervistati ha pianificato per il prossimo semestre processi di exit e a trainare le operazioni di realizzo, viene notato nel report, sono le aspettative di crescita dei multipli di mercato e il conseguente aumento del valore delle partecipate in portafoglio.

©RIPRODUZIONE RISERVATA

I numeri

L'ANDAMENTO
DELL'INDICE DELOITTE PRIVATE EQUITY CONFIDENCE



FONTE: DELOITTE PRIVATE EQUITY CONFIDENCE SURVEY

Elio Milantoni
Deloitte Finance

1 Il settore industriale resta il preferito dai fondi di private equity e private debt

Modelli innovativi

Reti d'impresa in crescita favoriscono le performance

Le reti si confermano determinanti per fronteggiare la pandemia e accompagnare la ripresa economica, favorendo le performance delle singole imprese che insieme migliorano la trasformazione tecnologica, il rafforzamento delle relazioni, l'acquisizione di nuove competenze. Questa è la fotografia fornita dal terzo rapporto dell'Osservatorio nazionale sulle reti d'impresa, a cui partecipano InfoCamere, RetImpresa e il Dipartimento di Management dell'Università Ca' Foscari Venezia. Il fenomeno delle reti ha fatto registrare una crescita costante anche nell'ultimo anno.

Nel 2021 i contratti di rete sono infatti aumentati del 13,3% (+885 nuovi contratti rispetto al 2020) e le imprese in rete del 10% (+3.849 rispetto al 2020); si confermano prevalenti le 'reti contratto' (85%). In totale, al 31 dicembre 2021 si contano 42.232 imprese in rete per un totale di 7.541 contratti di rete. Le imprese più coinvolte nei contratti di rete appartengono a tre settori: agroalimentare (22%), commercio (14%) e costruzioni (12%) e hanno sede nel Lazio (24,3%) seguito da Lombardia (10,5%) e Veneto (7,8%). Con riferimento agli obiettivi, le reti intervistate mostrano una maggiore propensione rispetto al passato per l'aumento del potere contrattuale, la riduzione dei costi di produzione, la formazione e la partecipazione a bandi e appalti. **– r.rap.**

©RIPRODUZIONE RISERVATA

Il report

Indagine Axa sullo stress da pandemia

MILANO

Il gruppo assicurativo ha predisposto nuove soluzioni sulla salute puntando sulla prevenzione

L'Italia è tra i Paesi più colpiti dallo stress pandemico, ma anche quello che guarda al futuro con maggiore fiducia. È uno dei tratti che emerge da "Being Mind-Healthy", report sulla salute mentale e il benessere, realizzato da Ipsos per Axa in undici stati tra Europa e Asia. In particolare, il 48% dei giovani italiani afferma di essere stato colpito nel benessere psicologico a causa della pandemia contro il 33% della media a livello globale. Inoltre il 78% degli intervistati italiani dichiara di aver perso l'accesso ai servizi di assistenza per l'infanzia contro il 38% del dato complessivo. Dunque, proprio le categorie più fragili sono quelle più impattate dalla pandemia, come del resto si vede sul piano lavorativo, dove lo stress è più evidente negli ambiti – come la scuola, la sanità e l'ospitalità – nei quali c'è una maggiore incidenza di occupazione femminile.

Questi risultati fanno della Penisola uno dei Paesi più colpiti sul fronte della salute mentale, anche se tra i nostri connazionali si fatica a parlare dell'argomento nel nucleo familiare. Inoltre siamo l'unica realtà europea nella quale il numero di persone che ha fatto autodiagnosi è superiore rispetto a quello di chi si è rivolto a uno specialista. A queste dinamiche corrisponde una percezione elevata di stress, che non è una malattia mentale, ma può essere un primo passo verso l'ansia e la depressione.

Gli italiani considerano la pandemia come una dei fattori che maggiormente influisce sulla propria salute mentale, seconda solo all'economia e all'occupazione. Ma al contempo sono tra quelli che mantengono un sostanziale ottimismo per il futuro e adottano un approccio positivo per superare le difficoltà. In questa direzione si è di fatti espresso il 63% degli intervistati nella Penisola contro il 55% della media globale.

Inoltre l'indagine suggerisce nuovi bisogni di protezione, che oggi possono trovare risposto grazie anche al supporto dell'innovazione tecnologica. Su questo terreno si muove la stessa Axa Italia, che negli ultimi anni ha sviluppato nuove soluzioni salute, puntando in primo luogo sulla prevenzione delle malattie al femminile e promuovendo il teleconsulto con medici professionisti, tra cui lo psicologo, per tutelare una dimensione olistica del benessere psico-fisico. Un impegno, quello del gruppo assicurativo che si rivolge anche ai propri dipendenti. **– l.d.o.**

©RIPRODUZIONE RISERVATA

Le storie

Corrono i numeri del vino, vince la qualità

BETTINA BUSH

L'Italia è il primo paese per aumento dell'export di bottiglie nel periodo 2019-2021. Ma non solo, si registra una crescita sostenuta anche nel mercato domestico

Valentino Sciotti, fondatore e ceo di Fantini

I numeri del vino corrono anche in pandemia. Secondo l'Osservatorio Economico Federvini, realizzato in collaborazione con Nomisma e Trade Lab, l'Italia è il primo paese per aumento dell'export di vini nel periodo 2019-2021. Ma non solo, si registra una crescita sostenuta nel mercato domestico, anche se sono cambiate notevolmente le abitudini di consumo. Aspetti che il gruppo vinicolo Fantini, nato a Ortona in Abruzzo nel 1994, e oggi leader tra le aziende esportatrici del Sud Italia, ha saputo cogliere, cambiando il core business per passare con successo dall'on-trade all'off-trade.

Già il 2020 ha segnato i primi risultati positivi di questa strategia, con un fatturato in crescita, che nel 2021 è migliorato, segnando un +11,7% per raggiungere un volume di affari di quasi 91 milioni di euro. Numeri importanti, soprattutto se paragonati agli 80 milioni del 2019, prima dell'arrivo della tempesta perfetta: «Già alla fine del 2019 ci siamo allarmati per quello che stava succedendo in Cina – spiega Valentino Sciotti, fondatore e ceo di Fantini – ci siamo posti il problema di come fronteggiare un'emergenza mondiale».

L'opinione

Fantini è un'azienda un po' atipica, fatta di uve artigianali prodotte con l'amore e l'esperienza di chi fa il contadino di professione. E celebra il lavoro dei piccoli produttori del nostro Sud

In quel momento il gruppo aveva una distribuzione che dipendeva per un bel 70% dai ristoranti, un modello allora insostenibile. «Abbiamo parlato immediatamente con i buyer delle catene europee e internazionali – continua Sciotti – e dopo un iniziale scetticismo, hanno capito che potevamo essere il partner giusto per un segmento medio alto di vino che i consumatori sceglievano nei ristoranti. Ci è andata bene: il vino che doveva esser venduto in 3 settimane, è finito in 15 giorni».

Fantini è un'azienda di vino piuttosto atipica, per la posizione geografica e per l'organizzazione: non si tratta una tenuta di centinaia di ettari che fa vino seguendo un processo industriale. Ha scelto invece di aggregare tanti piccoli produttori in una specie di federazione, che rimangono proprietari dei loro filari, che li conoscono perfettamente, e che considerano il vigneto un immenso valore, qualcosa che è parte integrante della storia della loro famiglia: «Un modo per avere uve artigianali, prodotte con l'amore e l'esperienza di chi fa il contadino di professione».

Sono loro il tessuto di Fantini, i piccoli produttori del Sud Italia uniti dalla passione, che il team di giovani enologi del gruppo segue da vicino, per curare i dettagli di ogni bottiglia. Nel 2022 ci sarà un nuovo rosato, il Sensuale, trainato dal successo del Calalenta, ma la grande novità è il lancio di Three Dreamers, un nome che ricorda la storia dei tre fondatori, Sciotti, Filippo Baccalaro, e Camillo De Iuliis (scomparso nel 2012): «Siamo già stati apprezzati internazionalmente anche dal guru Robert Parker per il nostro Edizione Cinque Autoctoni, ma non bastava. Avevamo il nostro sogno, fare un vino icona capace di celebrare la produzione dell'Abruzzo e dell'Italia del Sud, scegliendo le uve giuste e il metodo di appassimento stile Amarone, con alcuni accorgimenti».

Una ricerca durata 6 anni, adesso è pronta la prima produzione, realizzata con la vendemmia del 2020 e per accompagnare Three Dreamers è stata scelta una bottiglia dal design innovativo, perfettamente in linea con le aspettative del vino. Sarà l'etichetta di punta del gruppo dove è entrata in azienda la nuova generazione, una donna, Giulia Sciotti, forte della sua formazione internazionale con esperienza commerciale in Asia, in aziende del settore, per dare un tocco femminile, e per unire visione internazionale e fare artigianale. Le basi per continuare a crescere, nonostante il rincaro dell'energia e delle materie prime, con la previsione di raggiungere 96 milioni di fatturato nel 2022.

©RIPRODUZIONE RISERVATA

Rapporti

Fiere

La crisi

Shock da Covid per le fiere, ancora rinvii Danese: "Ora interventi del governo"

1

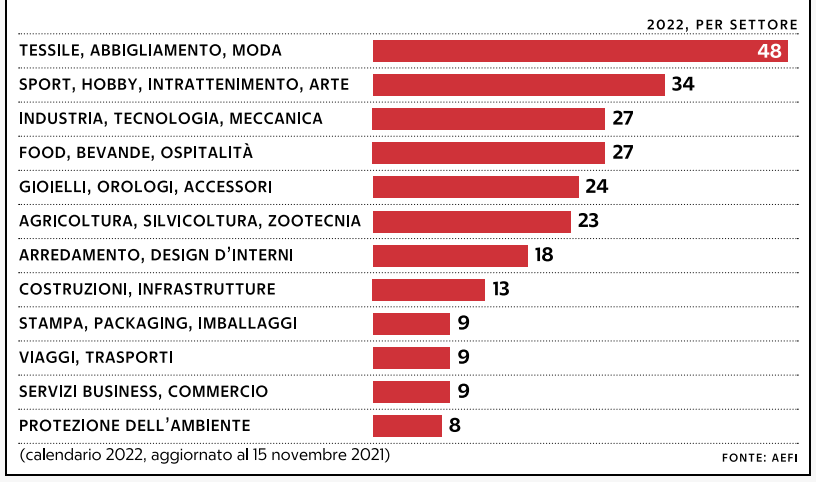
GETTY

MARCO FROJO

Si chiede una norma che consenta "corridoi verdi" per cinesi, russi e visitatori che arrivano da paesi con vaccini diversi dai nostri Le regole attuali richiedono quarantene che scoraggiano

I numeri

LE PREVISIONI
FIERE INTERNAZIONALI A CALENDARIO IN ITALIA NEL 2022



(calendario 2022, aggiornato al 15 novembre 2021)

FONTE: AEFI

Il personaggio

Maurizio Danese
presidente di Aefi, l'Associazione esposizioni e fiere italiane

Gli ultimi due anni hanno messo a durissima prova il sistema fieristico italiano, ma gli operatori del settore sono ripartiti nonostante le difficoltà della situazione epidemiologica. Per poter tornare a sostenere le aziende italiane come accadeva prima della pandemia, le fiere hanno però bisogno di alcuni interventi del governo, il principale dei quali è una norma che consenta di creare dei "corridoi verdi" per i visitatori provenienti da Paesi dove si usano vaccini diversi da quelli approvati dall'Ema, l'agenzia europea del farmaco. È questo per esempio il caso dello Sputnik somministrato in Russia o dei diversi vaccini utilizzati in Cina.

«Entrambe le nazioni rappresentano due importantissimi sbocchi per le merci italiane e una ripartenza delle fiere senza i visitatori provenienti da Russia e Cina, senza ovviamente dimenticare tutti gli altri Paesi che non usano i nostri stessi vaccini come Corea, Giappone e Medio Oriente, sarebbe impensabile – spiega Maurizio Danese, presidente Aefi, l'Associazione esposizioni e fiere italiane – I corridoi non devono riguardare solo l'ingresso negli spazi espositivi ma anche, per forza di cose, nelle strutture ricettive dove i buyer esteri andrebbero ad alloggiare. Proprio per questo motivo abbiamo avviato colloqui che coinvolgono il ministero degli Esteri, quello della Salute e quello del Turismo».

Le regole attuali richiedono giorni di quarantena e in alcuni casi addirittura vaccinazioni suppletive. Va da sé che queste disposizioni scoraggino chi deve venire in Italia.

Ad oggi il settore fieristico si trova dunque in una sorta di stallo, con praticamente tutte e 70 le manifestazioni internazionali previste nei primi due mesi dell'anno posticipate di alcuni mesi. Una situazione particolarmente pericolosa anche perché gli anni pari, e dunque anche il 2022, sono "forti", nel senso che calendarizzano manifestazioni complessivamente più importanti rispetto a quelle degli anni dispari.

«Quasi tutte le fiere internazionali del primo bimestre di quest'anno sono già state rinviate, ma rischiano di saltare definitivamente se non si troverà una soluzione a questo gap normativo che ha pesato non poco nella scelta dei top player di posticipare le grandi rassegne alla primavera – prosegue il numero uno dell'associazione del settore fieristico – L'assenza di operatori provenienti da tanti altri mercati considerati emergenti per il nostro made in Italy rappresenta un danno per il business dell'offerta italiana».

Per Danese, dopo due anni chiusi con un calo del fatturato rispettivamente dell'80% (2020 rispetto al 2019) e del 55% (2021 rispetto al 2019), «le esposizioni devono essere messe nelle condizioni di ripartire immediatamente. Anche perché alcuni eventi sono soggetti a fattori di stagionalità. La fiera del gelato, per esempio, non può tenersi a giugno, perché a estate iniziata il suo senso verrebbe meno. Ad oggi si può dire che stiamo facendo uno sforzo straordinario per tenere la macchina accesa in attesa della ripartenza».

In quest'ottica Aefi chiede inoltre che le perdite del 2022 possano essere spalmate nei prossimi cinque anni, che vengano cioè considerati come «investimenti per la ripartenza». In caso contrario sarebbero semplicemente delle "perdite secche", che andrebbero a gravare ulteriormente su un settore che dallo scoppio della pandemia ha fatto registrare perdite per 500 milioni di euro, solo in parte ripianate dai ristori il cui ammontare è stato pari a 310 milioni.

«Il sistema fieristico è stato il primo a chiudere e l'ultimo a riaprire; solo le discoteche sono state più penalizzate di noi – prosegue il presidente di Aefi – La ripartenza a metà 2021 era stata molto promettente con una grande voglia da parte dei buyer di visitare le fiere in presenza. Pensavamo di proseguire con il piede giusto anche nel 2022, quando purtroppo è arrivata la variante Omicron a scompigliare i piani».

L'Italia deve poi fare i conti con la concorrenza degli altri Paesi, alcuni dei quali hanno deciso di non fermarsi oppure hanno ridotto solo parzialmente l'attività. È questo per esempio il caso della Francia; mentre alcune nazioni, fra cui Gran Bretagna e Spagna, hanno già deciso di togliere tutte, o quasi tutte, le limitazioni introdotte per fronteggiare il Covid.

«Vogliamo vedere il bicchiere mezzo pieno e sperare che la nostra voglia di ripartire non incontri ulteriori ostacoli – conclude Danese – La pandemia ci ha anche portato a sviluppare e adottare soluzioni che resteranno. Penso alle fiere in formato digitale, che non sono in grado di sostituire quelle in presenza ma rappresentano uno strumento molto efficiente. Il digitale resterà un compagno di viaggio anche dopo il Covid».

©RIPRODUZIONE RISERVATA

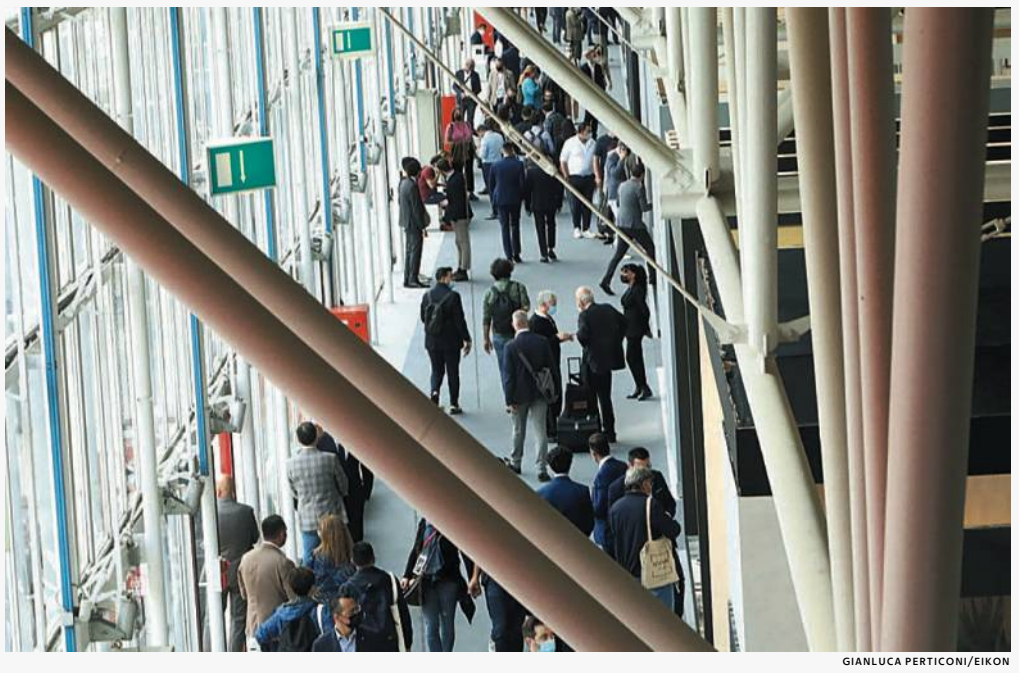
1 Il settore registra un calo del fatturato dell'80% (2020 rispetto al 2019) e del 55% (2021 rispetto al 2019)

L'emergenza sanitaria

BolognaFiere, si riparte

STEFANIA AOI

"Pensiamo di non cancellare alcun salone", dice Antonio Bruzzone, direttore generale che lamenta "aiuti insufficienti" dopo un anno nero



GIANLUCA PERTICONI/EIKON

"Speravamo di iniziare meglio questo 2022 e invece abbiamo dovuto far slittare le nostre manifestazioni previste a inizio anno più in avanti». Così Antonio Bruzzone, direttore generale di BolognaFiere, realtà che nel 2019 fatturava 196 milioni di euro e aveva un debito di 38 milioni, racconta di come la pandemia stia incidendo sul business e parla delle misure che la società fieristica di cui è manager sta mettendo in campo per resistere. «Abbiamo dovuto spostare Arte fiera, Marca, Cosmoprof e altre kermesse ai prossimi mesi e prevediamo di chiudere quest'anno con un 30% di fatturato in meno rispetto al pre-pandemia».

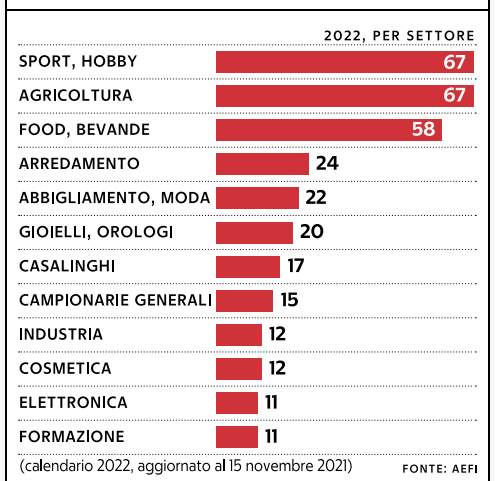
Tutto ciò ha comportato un aumento del lavoro: si sono dovuti riprogrammare gli eventi, dare incentivi per aiutare le aziende e i buyer a tornare in fiera. Tutto ciò dopo le grosse perdite registrate nel 2020 quando BolognaFiere ha visto il fatturato calare a poco meno di 50 milioni di euro. Male anche l'anno scorso, mitigato solo in parte dai ristori pubblici: la società bolognese ha potuto fare solo 10 manifestazioni, mentre negli anni di normalità ne faceva in media 40. «In ogni caso pensiamo di non cancellare nemmeno un salone anche se questo ci costerà una grande fatica». Le limitazioni negli spostamenti che la pandemia impone penalizzeranno forse la presenza internazionale e così in alcune fiere non si potrà proporre il padiglione cinese da 5mila metri quadri, non si avranno le collettive da alcuni Paesi. Però, salvo nuovi peggioramenti della situazione sanitaria, i padiglioni apriranno le porte a tutte le grandi kermesse già programmate.

Per ritornare agli anni d'oro, secondo Bruzzone, si dovrà aspettare almeno al 2024. Anche il 2023 non dovrebbe dare le soddisfazioni di un tempo. Intanto la società fieristica ne ha approfittato per rinnovare i suoi spazi: «Abbiamo chiuso il padiglione 37, circa 20mila metri quadri netti di spazi espositivi che poi abbiamo inaugurato l'anno scorso. E poi abbiamo chiuso anche il nuovo padiglioncino collegato a Palazzo dei Congressi che nella prima fase dell'emergenza pandemica abbiamo messo a disposizione del territorio come hub vaccinale». BolognaFiere ha infine lavorato per potenziare kermesse come quelle legate al mondo dell'acqua e dell'energia, grazie alla creazione della piattaforma Water&Energy, e crearne di nuove. «Nel 2022 – dice Bruzzone – avremo 5 nuovi eventi in calendario: Sana Slow Wine Fair dedicata al vino buono e giusto in collaborazione con Slow food, Pestmed Expo un salone dedicato ai professionisti del pest management e della sanificazione, E-Tech Europe dedicato all'elettronica e tecnologie, Metef, la fiera dedicata all'alluminio e Quattrozampe in Fiera, il salone dedicato al mondo cane e gatto». Bologna ha oggi in portafoglio MacsPe la fiera delle progettazioni meccaniche. E poi si è dedicato a rafforzarsi a livello internazionale. «Prima del Covid il nostro export valeva 50 milioni di euro. Siamo in Cina con diversi saloni, in Russia con una fiera delle calzature. E ora abbiamo aperto anche una sede in Messico e collaboreremo con Latinzoo, la più importante tra le fiere dell'America latina dedicata alla zootecnia». Bruzzone, che dal 2015 è direttore generale: «Sono convinto che le persone torneranno ad affollare i nostri padiglioni perché la fiera fisica è insostituibile. Un po' come succede quando uno si ammala e sente gli amici per telefono, ma appena può li riabbraccia e rivede per una pizza di persona».

©RIPRODUZIONE RISERVATA

I numeri

LA CLASSIFICA
DELLE FIERE NAZIONALI NEL 2020 PER SETTORE



(calendario 2022, aggiornato al 15 novembre 2021) FONTE: AEFI

Focus

LE NUOVE DATE DEGLI EVENTI

Doveva svolgersi tra il 25 e il 27 febbraio the European dive show, la più importante manifestazione espositiva europea dedicata al mondo della subacquea ma gli organizzatori hanno deciso di posticipare al primo aprile. Nessuno scherzo, questa è solo una delle manifestazioni rimandate a BolognaFiere a causa della pandemia che sta rendendo la vita difficile al mondo fieristico.
Tutte le realtà del settore stanno spostando le kermesse sperando in un miglioramento della situazione.
La società bolognese è stata costretta a rinviare anche la sedicesima edizione di Liberamente, il salone del tempo libero che si doveva tenere dal 25 al 27 febbraio e ora si terrà dal primo al 3 aprile. Resta invece confermata per il 21 marzo la Bologna Children's Book Fair, che nel primo giorno di primavera accoglierà il mondo dell'editoria per ragazzi e dell'editoria generale fino al 24 marzo. Con una grande novità quest'anno. La nascita di BolognaBookPlus, una nuova iniziativa realizzata in collaborazione con l'associazione italiana editori, che si svolge in parallelo a Bologna Children's Fair con l'obiettivo espanderla ulteriormente rivolgendosi a un pubblico professionale più ampio nell'industria editoriale globale. Nell'area espositiva si terranno eventi per i professionisti del settore come How to Sell Rights, il corso sulle basi del diritto d'autore e la vendita dei diritti. **– (st.a.)**

Le manifestazioni

Il virus ridisegna il calendario resiste il sistema espositivo

235

MANIFESTAZIONI

Sono le fiere internazionali previste nel calendario 2022

Nel 2020 il sistema fieristico italiano ha potuto contare su solo 108 giorni di apertura. L'anno scorso è ripartito 15 giugno, avendo così a disposizione 179 giorni di attività teorici, che si riducono però a 117 effettivi considerando il fatto che agosto e dicembre non sono mesi molto interessanti per il calendario fieristico. Il 2021 si è chiuso con 172 manifestazioni internazionali e 163 manifestazioni nazionali.

Il calendario del 2022 prevede 235 manifestazioni internazionali e 241 nazionali. Dallo scoppio della pandemia gli eventi fisici sono sempre stati accompagnati da una analoga manifestazione digitale. Nei periodi di apertura la presenza degli espositori è stata molto incoraggiante ed ha confermato l'importanza attribuita alle fiere per dare un impulso al mercato.

Anche sul fronte dei visitatori si è registrata una buona tenuta, in particolar modo per quel che riguarda quelli nazionali, mentre sono venuti nel Belpaese soprattutto i buyer esteri che avevano già legami consolidati con il mercato tricolore. **– m.fr.**

©RIPRODUZIONE RISERVATA

I saloni

Fiera di Milano, ecco gli appuntamenti 2022

LUIGI DELL'OLIO

Quest'anno sono in programma una cinquantina di manifestazioni, il calendario parte nei primi due giorni di febbraio con il tessile

L'obiettivo è tenere duro nelle prossime settimane, confidando nel superamento dell'emergenza sanitaria per poter confermare tutte le manifestazioni in programma quest'anno. L'umore di Fiera Milano, che ha uno dei quartieri espositivi più grandi d'Europa, è improntato a un moderato ottimismo. «Insieme con gli organizzatori abbiamo deciso di posticipare alcuni appuntamenti, per evitare di avere meno visitatori e investimenti data la situazione attuale dei contagi, ma a differenza dello scorso anno non ci sono cancellazioni», spiega l'amministratore delegato Luca Palermo. Che sottolinea come vi sia stato molto pre-venduto, a dimostrazione della volontà di partecipazione in presenza. «Gli eventi possono svolgersi in sicurezza, grazie anche alle misure che abbiamo adottato a partire dai mesi scorsi», aggiunge.

Secondo le indicazioni preliminari, la società dovrebbe chiudere il 2021 con ricavi intorno ai 130 milioni di euro (73,6 milioni nel 2020), con un margine operativo lordo tra i 69 e i 75 milioni (10,4 milioni un anno prima) e una posizione finanziaria netta positiva nel range di 40-44 milioni di euro. Numeri in ripresa, per quanto distanti dai livelli pre-Covid. «Per un ritorno alla situazione del 2019 occorrerà attendere il 2024 o il 2025, mi aspetto una ripresa già a partire da marzo», aggiunge Palermo.

La società fieristica meneghina ha in programma una cinquantina di manifestazioni nel 2022, con il calendario che sarà aperto nei primi due giorni di febbraio dalla fiera del tessile Milano Unica, seguita dopo tre settimane da Lineapelle (conceria) e da MyPlant&Garden (florovivaismo). Poi, a marzo, sarà il turno delle manifestazioni del sistema casa, della moda e degli accessori con Homi, Homi Fashion&Jewels, Micam, Mipel e TheOne Milano. Ad aprile appuntamento con la Borsa internazionale del turismo e a seguire ci sarà miart, mostra internazionale d'arte contemporanea. Il Salone del Mobile slitta di due mesi, a giugno, quindi sarà la volta di Mce-Mostra Convegno Expocomfort, manifestazione dedicata ai settori Hvac+R (riscaldamento, ventilazione e condizionamento d'aria), energie rinnovabili ed efficienza energetica.

Per accelerare il ritorno verso la normalità, Fiera Milano spinge sull'approccio internazionale. Lo scorso settembre ha siglato una partnership con dmg events per il lancio di Find, l'evento asiatico di riferimento per il settore del design, che si svolgerà con cadenza annuale dal 2022 al 2024 a Singapore. L'accordo prevede anche che Milano ospiti a settembre Gastech, l'evento internazionale più grande al mondo dedicato all'industria energetica, in cui sono attesi oltre 50 mila professionisti del settore.

Per cavalcare una tendenza emergente nel mercato come la mobilità sostenibile, Fiera Milano ha deciso di lanciare (appuntamento a ottobre per la prima edizione) un evento biennale denominato Next Mobility Exhibition (Nme), che punta a proporsi come piattaforma di confronto tra gli operatori internazionali del settore e a fare da volano per la filiera italiana della green mobility. Altri due filoni individuati come promettente sono quelli dell'economia circolare (si lavora all'organizzazione di un evento, anche alla luce dell'attenzione posta al tema dal Pnrr) delle life science, complice la vicinanza di Mind, distretto dedicato a questo campo che si sta sviluppando nell'area di Expo 2015. Dopo aver ospitato nei mesi scorsi CphI, appuntamento di riferimento del settore organizzato da Informa Markets, Fiera Milano è al lavoro sulla prossima edizione, in calendario nel 2023.

L'opinione

Ci sono alcuni slittamenti, per gestire la fase critica dei contagi, ma nessuna cancellazione. Gli eventi possono svolgersi in sicurezza, grazie alle misure che abbiamo adottato dai mesi scorsi

©RIPRODUZIONE RISERVATA

Benessere

Nasce Ieg Brasil, sport al top

STEFANIA AOI

Il gruppo romagnolo-vicentino continua a crescere all'estero, ora si allarga in Sudamerica con una nuova impresa dedicata al fitness

È nata pochi giorni fa Ieg Brasil, la nuova società che organizzerà fiere sul territorio brasiliano. Ed è solo l'ultima di una serie di operazioni messe a segno tra la metà del 2020 e questo inizio anno da Italian Exhibition Group (Ieg), che nemmeno in pandemia si è fermata, continuando a lavorare alla sua espansione in Cina, Medio Oriente, Messico.

«Abbiamo fatto diverse acquisizioni di rilevanza globale e stretto partnership strategiche rafforzandoci sui mercati esteri», ammette il ceo Corrado Peraboni. E così nel calendario del gruppo ecco già una bella rosa di kermesse internazionali, a partire dal debutto di Jewellery, Gem & Technology Dubai (22-24 febbraio), organizzata in joint venture con Informa Markets Jewellery, top player mondiale del settore degli eventi. Ma poi ecco la seconda edizione di Dubai Muscle Classic, la competizione di bodybuilding, organizzata negli Emirati Arabi dalla società controllata da Ieg (la Hbg Events, acquisita a metà 2020).

1 L'ingresso della Fiera di Rimini che fa parte degl gruppo Ieg

Un appuntamento pronto ad accogliere aziende del settore, i migliori istruttori di fitness, pilates, yoga, coaches, rappresentanti di catene di centri fitness, investitori. Anche le manifestazioni di punta di Ieg come Ecomondo e Key Energy hanno conquistato spazi internazionali: dal 20 al 22 maggio di quest'anno andrà in scena il Chengdu International Environmental Protection Expo powered by Ecomondo, la più grande fiera di tecnologia verde nel mercato della Cina occidentale, e dal 12 al 14 luglio, a León, sarà la volta di Ecomondo Mexico, organizzato in partnership con Deutsche Messe.

L'attivismo del gruppo romagnolo-vicentino ha portato anche a diverse acquisizioni. Dopo la nascita di Ieg Brasil ha comprato Btff – Brazilian Trading Fitness Fair, uno degli eventi più rappresentativi del Paese nel settore dello sport. «Una finalizzazione che arriva a valle di dodici mesi di lavoro», spiega Francesco Santa, international business development director del gruppo, per poi raccontare dell'appetibilità del mercato brasiliano per gli investitori stranieri, anche in virtù del cambio favorevole. Ieg è ora anche proprietaria di Fb International, società di allestimenti fondata nel 1988 con due sedi operative rispettivamente ad Oakland, in New Jersey, in grado di coprire tutta la costa Est, dal Canada fino a Miami, e a Las Vegas, in Nevada, per l'intera costa Ovest degli Stati Uniti.

L'operazione si è concretizzata con la costituzione della New.Co Ieg Usa, controllata del tutto da Italian Exhibition Group, strumento operativo per nuove iniziative di business. Poche settimane fa, invece, Ieg ha firmato un accordo quadro con Koelnmesse per una partnership strategica che proietta sui mercati mondiali il Sigep di Rimini, la manifestazione internazionale del gelato, pasticceria e panificazione artigianali, cioccolato e caffè.

©RIPRODUZIONE RISERVATA

Hospitality

Il salone dell'accoglienza slitta a marzo

MILANO

L'evento riprogrammato a Riva del Garda causa Covid Novità e tante proposte per il turismo all'aria aperta

Nuove date per Hospitality – Il salone dell'accoglienza, la fiera italiana dedicata al settore Ho.Re.Ca., che posticipa l'edizione 2022 e torna in presenza dal 21 al 24 marzo a Riva del Garda.

La decisione di riprogrammare la manifestazione è stata presa alla luce dell'evoluzione della pandemia e dopo un confronto con le aziende e gli operatori del settore turistico-alberghiero. A gennaio non sarebbe stato infatti possibile gestire in maniera adeguata le iniziative e le aree espositive di carattere esperienziale, tratto distintivo di Hospitality.

Tra le novità 2022, negli oltre 40.000 metri quadrati di superficie

espositiva più spazio all'ospitalità glamping, per andare incontro alla crescente domanda di turismo all'aria aperta, e i business tour per intercettare tra le quattro aree espositive – Contract & Wellness, Beverage, Food & Equipment e Renovation & Tech – le migliori aziende future oriented in 3 categorie di prodotto: Smart Solution; Prodotto sostenibile; Made in Italy. Nell'area Food & Equipment non mancheranno i percorsi tematici dedicati alle diverse abitudini alimentari come Gluten e Lactose Free, Bio, Vegan, Halal e Kosher.

Una nuova area tematica, Winescape, sarà riservata all'enoturismo e affiancherà le ormai consolidate aree speciali Solobirra, dedicata alla valorizzazione della birra artigianale, e Rpm-Riva Pianeta Mixology per la diffusione della cultura del bere miscelato.

«Con Hospitality vogliamo offrire agli operatori del settore dell'ospitalità e dell'accoglienza gli strumenti più innovativi per affrontare le sfide future e continuare a restare competitivi. Il nostro obiettivo è guidare il cambiamento con un'offerta espositiva completa di aziende Ho.Re.Ca. e con occasioni di aggiornamento professionale con opinion leader dell'innovazione» commenta Giovanna Voltolini, Exhibition Manager di Hospitality. **– r.rap.**

©RIPRODUZIONE RISERVATA

Beverage

Alcol, sale il mercato globale brindisi italiano da 14 mld

Nel 2021, il mercato mondiale delle bevande alcoliche e i suoi cinque segmenti (vino, superalcolici, birra, sidro, ready to drink) hanno raggiunto il valore di 1.317 miliardi di euro per un Cagr (tasso annuo di crescita composto) stimato su 5 anni (2020-2025) del 5,5%. Un settore in rapida ascesa e sempre più diversificato tra soluzioni d'acquisto in-store e online. Traina la birra (42% del totale del mercato mondiale), seguita dai superalcolici (35%) e dal vino (20%). Ready-to-drink e sidri si posizionano a fondo classifica, con percentuali rispettivamente del 2% e 1%.

Come indica il Wine Report realizzato da Cross Border Growth Capital, advisor leader in Italia per operazioni di finanza straordinaria per startup e Pmi, e dall'enoteca online Vino.com, gli scenari di crescita variano a seconda dell'area geografica; con un Cagr stimato del 7,2% il Sud America si impone come zona a maggior potenziale, mentre l'Apac costituisce da sola un terzo del settore, dimostrandosi il mercato più maturo. L'Europa, infine, posizionandosi terza per potenziale di crescita con un Cagr del 6,6%, detiene il 29% del valore del mercato globale, per un totale di 349,8 miliardi di euro.

Per il vino, in particolare, si stima un valore globale di 245,6 miliardi di euro al 2021, e 305,2 miliardi di euro previsti per il 2025. Con un tasso di crescita annuo del 6%, l'Europa occupa una posizione di rilievo, seguendo Medio Oriente, Africa (6,5%) e America Latina (6,1%). L'Italia registra come provenienti da shop online il 4% delle vendite. Lo scenario del vino nel Belpaese è particolarmente incoraggiante, con un valore totale per il 2021 di 14,2 miliardi di euro (terzo dopo Francia, 20,7 miliardi, e Regno Unito, 15,8 miliardi) e Cagr stimato del 7,9% tra 2020 e 2025, il più alto del continente. **– r.rap.**

©RIPRODUZIONE RISERVATA

6

PER CENTO

È il tasso di crescita annuo delle bevande alcoliche in Europa

Il cambiamento è ovunque

Grazie all'unione di tecnologia e ingegno umano possiamo metterlo al servizio del tuo business.

Let there be change

accenture