2020 SAREMO SEMPRE PIÙ SOCIAL

la Voce del popolo

in più

economia & finanza

www.lavoce.hr

Anno 15 • n. 369

giovedì, 19 dicembre 2019

FORMAZIONE

Come cambia il mondo del lavoro
Laureati e diplomati cercansi

Nei prossimi cinque anni sarà necessario affrontare il naturale turnover sul mercato del lavoro. Ecco le regole dettate dalle necessità reali

6

INVESTIMENTI

Le centrali geotermiche: una sfida possibile e rinnovabile

L'acqua calda potrebbe rivelarsi essere il vero petrolio della Croazia. Il Paese vanta un considerevole potenziale geotermico tutto da sfruttare

7

EDITORIA

La carta soffre, il digitale cresce. L'informazione sotto la lente

Stando ai dati diffusi da Mediobanca anche nel 2018 il giro d'affari mondiale del settore dell'informazione è risultato in diminuzione

8

ECONOMIA MONDIALE a cura di Mauro Bernes

Movimentazione di contaniner nel porto di Los Angeles

LE OMBRE SUL 2020

ELEZIONI USA, DEBITO AL TOP DAL DOPOGUERRA E RISCHIO RECESSIONE

Mancano poche sedute finanziarie all'inizio del 2020. Il nuovo anno nascerà con tre grandi ombre per gli investitori: come andranno le elezioni presidenziali negli Stati Uniti?; c'è da preoccuparsi per il rallentamento economico?; il debito globale in rapporto al Pil è ai massimi dalla Seconda guerra mondiale, cosa accadrà in caso di rialzo dei tassi?

Nella partita di poker della politica e dell'economia nel 2020, l'attuale Presidente americano ha una buona mano da giocare. Se da un lato i democratici potrebbero aver messo sul tavolo la carta "Trump" con l'avvio delle procedure di impeachment, e dall'altro un rallentamento dell'economia globale potrebbe favorirli, nessuno dovrebbe, però, sottovalutare le formidabili capacità di Donald Trump come politico da campagna elettorale, non ultima la sua abilità di mobilitare i principali sostenitori della sua causa prima delle elezioni presidenziali dell'anno prossimo.

"È l'economia, bellezza": resta attuale questo slogan coniato per la prima volta dallo stratega della campagna elettorale di Bill Clinton durante la corsa alla presidenza del 1992, considerato che oggi la salute dell'economia americana avrà un ruolo significativo nel determinare il prossimo inquilino della Casa Bianca. Mentre il rivale democratico di Trump di certo avrà la possibilità di evidenziare un rallentamento dell'economia americana nel 2020, le aspettative del mercato di una vera e propria recessione l'anno prossimo potrebbero rivelarsi eccessive. È più probabile che l'economia statunitense tiri avanti, opinione condivisa dagli economisti del Fondo monetario internazionale, che prevedono una crescita del 2,1% nel 2020, in calo rispetto al 2,4% previsto quest'anno. Tuttavia si avverte, giustamente, la sensazione che le prospettive di crescita degli Stati Uniti rimangano fragili dato il rallentamento congiunturale a cui stiamo assistendo a livello mondiale – in parte dovuto alle politiche protezionistiche di Trump – che probabilmente continuerà nel 2020 e oltre. Infatti, a prescindere dall'esito delle elezioni del prossimo anno, l'approccio bellicoso di Trump nei confronti della Cina da quando è diventato Presidente ha alimentato una rivalità competitiva tra le due nazioni che definirà le prospettive globali sia a livello economico che sul piano politico per il prossimo futuro. Per gli investitori, un po' di conforto può essere tratto dall'andamento storico del mercato azionario in vista delle elezioni presidenziali americane. Uno studio dei cicli elettorali tra il 1952 e il 2000 ha mostrato che un investitore che detiene un portafoglio di titoli che rispecchia l'indice S&P 500 nei 27 mesi precedenti le elezioni negli Stati Uniti (dal 1° ottobre del secondo anno del mandato presidenziale al 31 dicembre dell'anno elettorale) ha registrato rendimenti significativi.

Le Presidenziali Usa 2020 influiranno sull'economia mondiale

MOLTO DIPENDERÀ DALLA «GESTIONE» DEL DEBITO GLOBALE, DALLE PRESIDENZIALI STATUNITENSI E DALL'ENTITÀ DEL RALLENTAMENTO ECONOMICO

In un anno di elezioni per gli Stati Uniti, è inevitabile che la figura polarizzante di Donald Trump domini le notizie e rimanga un fattore disruptive nei mercati globali. La politica ha sempre avuto il potere di distrarre e di spostare l'attenzione lontano dai fondamentali, e l'attuale rivalità tra Usa e Cina continuerà a influenzare i mercati per i prossimi anni. In un tale clima, ancorare le decisioni d'investimento alla pura analisi e ricerca non può essere un fattore sottostimato.

Per quanto riguarda le attuali prospettive di crescita globale, è preoccupante che le Banche centrali della maggior parte dei Paesi sviluppati occidentali abbiano poche cartucce a loro disposizione per contrastare una brusca recessione. Il presidente uscente della Bce Mario Draghi, ha invitato i governi dell'Eurozona ad aumentare la propria spesa fiscale per supportare le rispettive economie. Si tratta certamente della via più facile, che probabilmente risulterà interessante per i politici che mirano alla rielezione. Cosa interessante, anche l'Fmi sembra incoraggiare una maggiore spesa da parte dei governi in questi giorni, per Paesi dove "l'attività economica si è indebolita o potrebbe rallentare rapidamente" e dove "lo spazio per allentare la politica monetaria è limitato".

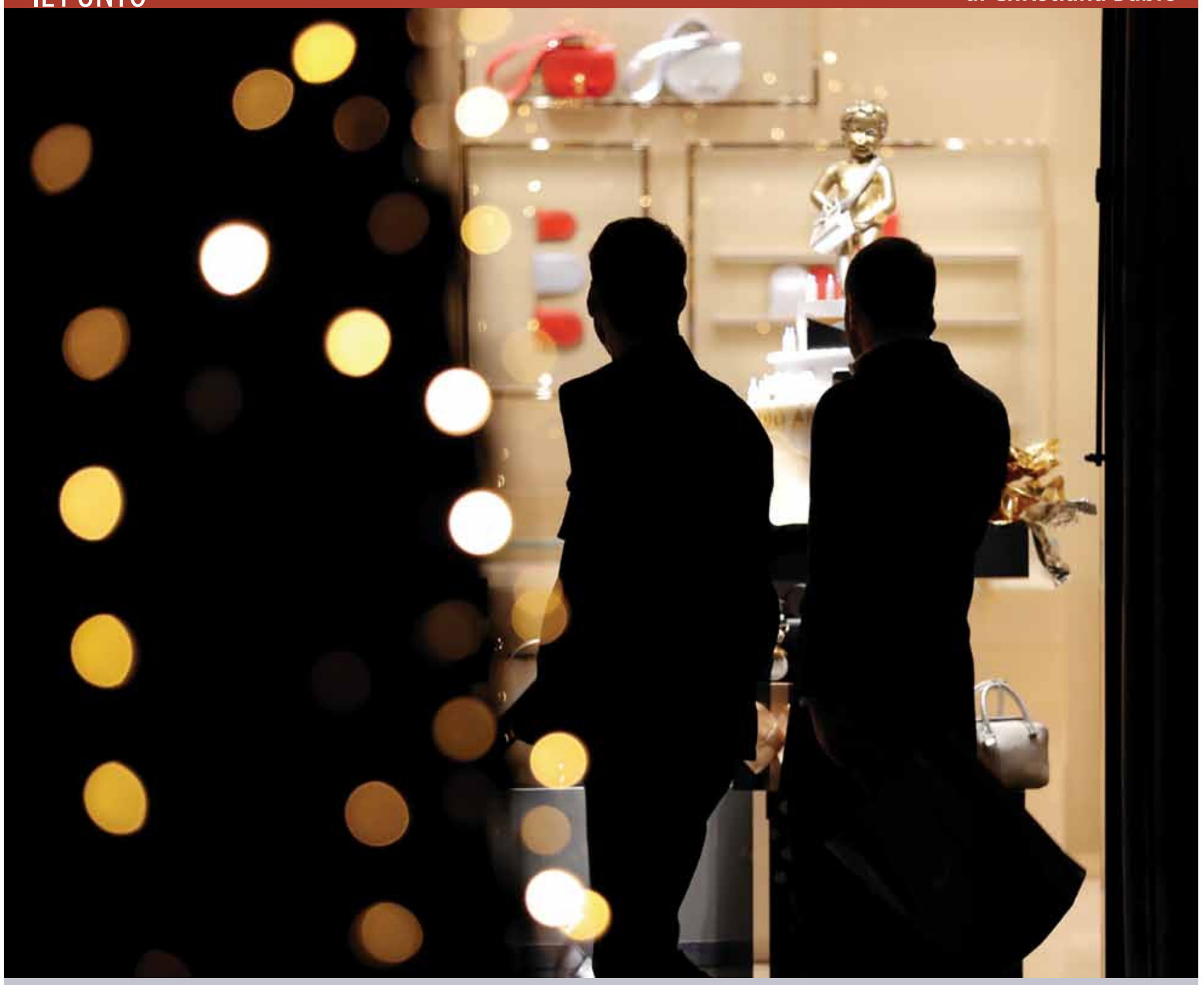
Va, inoltre, tenuto conto che l'attività manifatturiera globale è in calo da diversi mesi, anche se il livello del rallentamento si è alleggerito, mentre l'export globale ha fatto segnare il secondo peggior calo dall'ottobre 2012, con la Germania in testa. Per quanto riguarda la Cina, la seconda maggiore economia a livello globale, la crescita del Pil è scesa fino a quasi il suo minimo negli ultimi 30 anni, facendo nascere dubbi sulla sua capacità di aiutare un rilancio dell'economia globale, come era avvenuto dopo la crisi finanziaria globale nel 2007-2008. In realtà, tutte queste indicazioni economiche suggeriscono un'economia globale che si trova a un punto di svolta. Una crescita moderata ulteriore è possibile, ma lo è anche una recessione dannosa. È difficile trovarsi in questa situazione, durante un anno elettorale per gli Usa.

Risolvere i problemi aumentando la spesa non è nulla di nuovo, ma è un approccio che arriva in un momento in cui l'ammontare del debito medio delle principali economie globali rappresenta più del 70% dei loro Pil, il livello più alto da più di 150 anni, se si esclude il picco intorno alla Seconda guerra mondiale. Gestire tale debito non è un problema quando i tassi di interesse sono bassi, ma può diventarlo velocemente se i tassi iniziano ad aumentare e la crescita inizia a dissiparsi. Nel suo più recente report sulla stabilità finanziaria globale, l'Fmi prevede che un rallentamento dell'economia grave solo la metà rispetto a quello della crisi finanziaria 2007-2008 potrebbe mettere a rischio di insolvenza fino al 40% del debito societario in essere nelle principali economie mondiali – per un valore sbalorditivo di 19 mila miliardi di dollari. La sostenibilità di tali livelli di debito in un momento in cui l'economia globale sta rallentando rimane una questione chiave per il 2020 e oltre.

Potrebbe sembrare tutto negativo se non fosse per il fatto che la maggior parte delle economie occidentali ha resistito bene di fronte a un mondo sempre più fragile e incerto. Se prendiamo come esempio gli Stati Uniti, la disoccupazione è vicina ai minimi storici rispetto agli ultimi 50 anni, e ci sono ancora evidenze di una valida crescita degli impieghi, anche se più moderata. Nel frattempo, l'inflazione, che ha rappresentato il tormento dei sistemi economici negli anni '70 e '80, è stata domata al punto che ora ci troviamo nella situazione di cercare modi per reflazionare le economie – a parte ovviamente il caso dell'Argentina.

IL PUNTO

di Christiana Babić



ACQUISTI IN SALSA SOCIAL

Per Natale quest'anno regaliamoci un immersione nel mondo altagamma e trascorriamo una giornata intera a scoprire il meglio del meglio che si può trovare nelle boutique delle vie e nelle mecche dello shopping. Da Montenapo a Harrod's passando per quanto di meglio possono offrire Parigi e New York. Non è un sogno che nemmeno a volerlo non potrebbe realizzare nemmeno Babbo Natale. Basta essere dotati di uno smarphone. Comodamente, dal divano di casa in alcune ore oggi è possibile fare il giro del mondo dei marchi di lusso. Certo, non è la stessa cosa. Non ci saranno i profumi dei dolci tipici siciliani che già da soli bastano a trasformare una giornata qualsiasi in una festa che ci raccontano il Natale di Dolce e Gabbana, né potremmo toccare con mano l'impalpabilità dei tessuti dei vestiti da sera o farci abbagliare dallo scintillio delle paillettes, non ci scioglieremo come neve al sole davanti a una borsa che per quanto è morbida potrebbe diventare la nostra coperta di Linus, ma in fondo si tratta semplicemente di posticipare questi momenti emozionanti (dolci e profumi esclusi, ovviamente). Inutile dire che si guadagna in comodità, che si risparmia tempo e che, a conti fatti, è l'unico modo per riuscire ad acquistare articoli altrimenti semplicemente irraggiungibili.

Le tendenze

Nulla di strano pertanto nel trovare conferma, in uno studio commissionato da Facebook e condotto da Ipsos su un campione di 4.500 persone, di età compresa tra i 18 e i 65 anni, in 6 mercati – Stati Uniti, Francia, Italia, Regno Unito, Hong Kong e Giappone – che l'intera esperienza di acquisto di prodotti di lusso sia digitale. Lo sviluppo e la diffusione delle piattaforme digitali hanno infatti profondamente modificato il processo di acquisto dei prodotti di lusso. Oggi il modo in cui i consumatori scoprono, cercano e decidono di comprare capi di alta gamma, accessori e gioielli è fortemente influenzato dalle interazioni online. I luxury shopper sono, infatti, estremamente attivi sulle app della famiglia Facebook, come Facebook, Instagram, Messenger e WhatsApp: più di 3 acquirenti di beni di lusso su 4 in tutto il mondo utilizzano ogni giorno queste piattaforme nel processo di acquisto. A rivelarlo è uno studio commissionato da Facebook e condotto da Ipsos su un campione di 4.500 persone, di età compresa tra i 18 e i 65 anni, in 6 mercati - Stati Uniti, Francia, Italia, Regno Unito, Hong Kong e Giappone - che ha evidenziato come la maggior parte dei touch-point che guidano l'intera esperienza di acquisto di prodotti di lusso sia digitale.

Sempre più connessi

Chi compra prodotti di lusso è sempre più connesso, dispone di oltre tre device digitali e passa in media quasi 17 ore a settimana online, contraddistinguendosi per un maggiore utilizzo dei social network. Il 93 p.c. usa le piattaforme digitali come fonte di ispirazione per scoprire le novità, navigare e connettersi con le community, al contrario dei consumatori non luxury tra i quali il 79% le utilizza nei processi di acquisto. A livello globale, il 92 p.c. degli appassionati del lusso utilizza la famiglia delle app di Facebook, una percentuale che cresce ulteriormente in Italia, attestandosi al 99 p.c. Il digitale è pertanto sempre più spesso un prezioso alleato nella fase decisionale: in Europa il 77 p.c. di chi acquista capi di moda di lusso consulta, infatti, lo smartphone mentre si trova in negozio. In questo contesto, il 42 p.c. dei processi di acquisto a livello globale coinvolge almeno un'app della famiglia Facebook, una percentuale che sale al 64 p% per i consumatori alto-spendenti e al 65% per la Next Generation. Se si considera il mercato italiano, le app della famiglia Facebook vengono utilizzate nel processo di acquisto dal 53 p.c. degli intervistati e, nello specifico, dal 63 p.c. degli alto-spendenti e dal 78 p.c. della Next Generation. L'Italia si attesta al primo posto in Europa per l`utilizzo delle app della famiglia Facebook nei processi di acquisto dei beni di lusso, seguita da UK (30 p.c.) e dalla Francia (26 p.c.).

Consultazioni e condivisioni

Facebook è considerato, da chi acquista beni di lusso, il luogo ideale per ricevere consigli, connettersi con brand e aziende e trovare informazioni personalmente rilevanti. Instagram si conferma, invece, la piattaforma preferita per scoprire le ultime tendenze, entrare in contatto con influencer, celebrità e aziende e trovare contenuti divertenti con messaggi e storie creative. Chi acquista prodotti di alta gamma desidera vedere su Instagram nuovi trend (45 p.c.), lanci di nuovi stili, prodotti o servizi (41 p.c.), indicazioni dagli influencer (39 p.c.) e testimonianze di personaggi famosi (38 p.c.). Anche dopo l'acquisto, la condivisione sui social è parte fondamentale dello shopping di lusso. Il 47 p.c. dei clienti della Next Generation e della fascia alto-spendente condivide foto del proprio acquisto con la Community o ne discute su Facebook o Instagram.

Dubravko Hoić (Calzedonia) con la consorte

Gli esponenti di Fata Spa e di Florian Inc con Francesco Ruffoli e Daniele Borrelli

Andrea Perkov, Francesco Ruffoli e Iva Lesjak

Francesco Ruffoli con la torta omaggio al Belpaese

La delegazione di Infobip

EVENTI di Francesca Mary

SERATA DI GALA DELLA CAMERA DI COMMERCIO ITALO-CROATA AL MUSEO MIMARA DI ZAGABRIA. **PREMIATI I SOCI CHE SI SONO MAGGIORAMENTE DISTINTI**

MADE

"Cinque anni di attività e di successi celebrati con un evento di gala al Museo Mimara di Zagabria diventato per una sera il quartier generale del Made in Italy, tingendosi di verde bianco e rosso. Il riferimento è alla serata organizzata dalla Camera di Commercio italo-croata con il patrocinio del Ministero dell'Economia, dell'Imprenditoria e dell'Artigianato e con il sostegno della Città di Zagabria e dell'Ambasciata italiana in Croazia. Evento che ha visto anche la consegna dei premi Ita Cro Business Reward 2019 riservati alle società che si distinguono in termini di promozione, tutela e rafforzamento dell'imprenditoria italiana in Croazia. Un modo, scelto dalla Camera di Commercio italo-croata, per rendere omaggio agli associati che si sono maggiormente distinti per le loro operazioni commerciali e che hanno ottenuto importanti risultati in Croazia, promuovendo così le eccellenti relazioni bilaterali tra i due Paesi.

Il contributo degli associati

Ma la serata non si è esaurita con la consegna dei premi bensì ha consentito di valorizzare al meglio il contributo dato da tutti gli associati nel corso degli anni, un contributo tradottosi in esportazioni, entrate, posti di lavoro e versamenti nelle casse dell'Erario a tutto beneficio del Bilancio e a conferma del fatto che la comunità imprenditoriale italiana in Croazia poggia su solide basi industriali e commerciali. Ma la serata voleva essere anche un qualcosa di più, un'occasione per promuovere il valore aggiunto della Città di Zagabria e dell'intera Croazia, la cui amministrazione è fortemente impegnata a creare un clima economico sempre più positivo e capace di attirare investitori esteri.

Energie e sinergie

"I primi anni non sono stati facili, cercavamo la strada giusta, elaborando strategie e piani, piano piano ci presentavamo al pubblico, prima con piccole iniziative diventate poi nel tempo sempre più grandi e più importanti. Ora posso dire con orgoglio che abbiamo fatto un grande lavoro. Siamo diventati una Camera di Commercio binazionale rilevante, un interlocutore importante riconosciuto dalla Croazia e dall'Italia, un membro della rete Assocamerestero, presente in 57 Paesi, e siamo in attesa di ottenere il riconoscimento del Ministero italiano dello Sviluppo economico", ha detto nel discorso introduttivo il presidente della Camera di Commercio italo-croata il presidente Francesco Ruffoli. "Sono sicuro che con questa energia, ma soprattutto con la sinergia creatasi tra i nostri membri, le autorità locali e le istituzioni italiane, con il 'sistema Paese', la rete diplomatica italiana in Croazia, creeremo iniziative ancora migliori e ancora più attività, fornendo supporto e servizi ai nostri associati e a tutti gli investitori italiani che stanno cercando di creare la loro storia in Croazia, siamo diventati un punto di riferimento. Sempre più attivi, più strutturati, più presenti, siamo una squadra vincente e – ha assicurato poi Ruffoli – non ci fermeremo qui".

Le relazioni bilaterali

Nel futuro sono quindi attese anche nuove iniziative volte ad affermare ulteriormente il ruolo della realtà camerale binazionale da lui presieduta nel settore della promozione delle relazioni economiche bilaterali tra Italia e Croazia. Relazioni bilaterali illustrate dal segretario di Stato all'Economia, Zdenko Lučič. "In totale, per quanto riguarda gli investimenti esteri diretti, l'Italia occupa

Il Museo Mimara nei colori della bandiera italiana

Ita-Cro Business Reward

Il riconoscimento Ita Cro Business Reward 2019 è andato a:
INFOBIP – la società di Dignano, fondata dai connazionali Roberto e Silvio Kutić, si è aggiudicata il riconoscimento per aver registrato la più rapida crescita al mondo nella comunicazione digitale
FATA SPA – società del Gruppo Danieli operante a livello globale nel settore della costruzione e ingegneria di impianti industriali, centrali energetiche, metallurgia... per il progetto di costruzione della centrale termoelettrica a Zagabria in collaborazione con l'HEP
FLORIAN INC – una delle principali realtà del mercato del legno, composta da società specializzate per divisione e prodotto in Italia e in altri cinque Paesi, è uno dei maggiori investitori italiani in Croazia.
"Il Consiglio d'amministrazione della Camera di Commercio italo-croata non ha avuto un compito facile al momento di scegliere i tre imprenditori che si sono distinti negli affari quest'anno, perché in effetti ogni membro della nostra Camera è un anello estremamente importante in questa catena di attività ed è un fattore importante nella creazione delle relazioni economiche, ma anche di una meravigliosa collaborazione, di un'atmosfera amichevole nell'ambito di quella che è la grande famiglia della Camera", ha dichiarato il segretario generale, Andrea Perkov.

Le eccellenze in mostra

A completare il quadro della serata, la sede del Museo Mimara ha ospitato una selezione di eccellenze del Made in Italy. Nel piazzale antistante erano parcheggiate alcune vetture a marchio Maserati, Fiat, Alfa Romeo e Ducati, mentre all'interno si poteva ammirare il meglio del design, della moda e della gioielleria con le creazioni De Longhi, Calzedonia, Carpisa, Liu Jo, Malalan, Eli Friulia… Non potevano mancare infine le delizie enogastronomiche grazie al contributo di Caffè Vergnano, PPD Croatia – Campari, Aperol, Prosecco, Ferrero e di Agrifood Toscana che ha presentato i prodotti autoctoni giunti appositamente a Zagabria dal cuore della Toscana.

CINQUE ANNI DI SUCCESSI IN ITALY

Foto di gruppo per il Consiglio d'Amministrazione della Camera di Commercio con i rappresentanti dell'Ambasciata italiana

un posto molto alto nella classifica complessiva, il quarto. Negli ultimi il flusso di investimenti giunti dall'Italia in Croazia ha superato l'importo di 3,2 miliardi di euro. Gli investitori dall'Italia sono stati tra i primi a investire nel nostro Paese", ha detto il sottosegretario Lučić, che non ha mancato di citare quella che è considerata un ponte tra Italia e Croazia e un facilitatore dei rapporti, la Comunità Nazionale Italiana, né le peculiarità dell'Istria, "una regione bilingue", ha puntualizzato prima di ringraziare gli organizzatori della serata per avergli dato l'opportunità di ringraziare gli imprenditori italiani "per ogni progetto, per ogni investimento, per la fiducia e il contributo dati all'economia nazionale".

"Inoltre – ha voluto aggiungere il sottosegretario –, attraverso i vostri investimenti e le vostre storie di successo, la Croazia rafforza la sua immagine commerciale e credo che molte altre aziende interessanti dall'Italia e da tutto il mondo vorranno ripercorrere i vostri passi". Un ringraziamento agli imprenditori italiani, a tutte le società del Belpaese che hanno trovato un partner nella capitale croata è giunto anche dal rappresentante della Città di Zagabria, Filip Ćurko, viceresponsabile dell'Ufficio cittadino per l'Economia, l'Energetica e la Tutela dell'Ambiente, che non ha mancato di esprimere pieno sostegno alle attività della Camera di Commercio italo-croata.

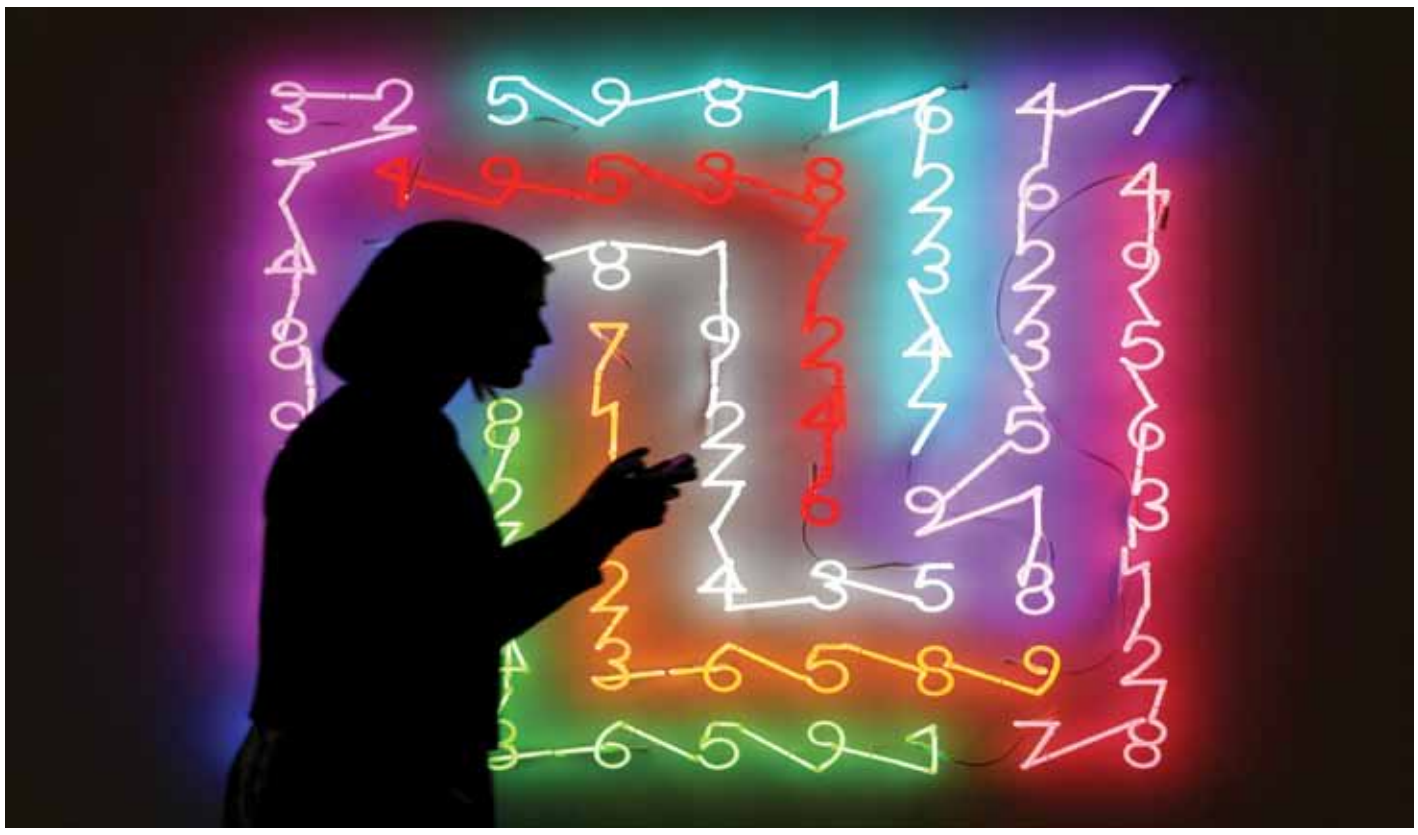
L'intervento di Furio Radin

Vicinanza geografica

Il deputato della Comunità Nazionale Italiana e vicepresidente del Sabor, Furio Radin, ha fatto un discorso particolarmente emotivo. Ha ripercorso le fasi iniziali di quella che è oggi la Camera di Commercio italo-croata, ricordando "i primi passi di un piccolo gruppo di imprenditori che formarono un organo consultivo (il Comitato consultivo dell'imprenditoria italiana in Croazia) e che lentamente si trasformarono in un'Associazione (l'AIIC-UTPUH), per diventare poi una Camera di Commercio", mentre Daniele Borrelli, Consigliere dell'Ambasciata italiana, ha sottolineato le "tradizionalmente amichevoli relazioni amichevoli tra i due Paesi e l'importanza geografica della Croazia, che grazie alla sua posizione consente agli investitori italiani un punto di partenza per il mercato globale dell'Europa sud-orientale".

La simbologia del melograno

Tra gli altri ospiti della serata di gala vanno citati il presidente della Camera d'Economia regionale di Fiume (HGK), Vidoje Vujić, il segretario generale della Comunità croata delle contee, Melita Pavlek, il Console generale d'Italia a Fiume, Paolo Palminteri, il presidente dell'Unione Italiana, maurizio Tremul, i rappresentanti delle Camere di commercio binazionali operanti in Croazia e tantissimi imprenditori italiani e croati. Ad allietare la serata c'erano il complesso Bisneys, affiancato per l'occasione dalla giovane cantante Sara Andrić, che ha eseguito canzoni italiane. A tutti, in ricordo della serata e del quinto anninversario della Camera di Commercio italo-croata, è stato consegnato in dono un regalo prezioso, un fiore di melograno d'argento cesellato a mano dai maestri orafi di Mastro 7, oreficeria e gioielleria di Trento. Un regalo la cui scelta non è dovuta al caso, ma dettata dalla volontà della Camera di Commercio italo-croata di suggellare un momento importante regalando ai propri ospiti e amici un fiore simbolo per eccellenza di prosperità, concordia e unione.
Un ringraziamento particolare per il prezioso contributo è andato agli sponsor dell'evento: ZABA, Ytres, PBZ, Generali osiguranje, Energy Pellets, Florian Inc, Wam Adria, ABS Sisak, SC Metal Structures, Bank of Coins, Dialogo, Abel & Grenac & Ležaić, B Tec, Infobip e The Westin Hotel.



ATTUALITÀ

COME CAMBIANO LE ASSUNZIONI

IN ITALIA SEI NUOVI OCCUPATI SU DIECI DOVRANNO AVERE LAUREA O DIPLOMA

Nei prossimi cinque anni in Italia si assisterà a un cambiamento profondo della struttura professionale, con un fabbisogno occupazionale che per oltre il 60 p.c. riguarderà laureati e diplomati, e per oltre il 35 p.c. le professioni tecniche e a elevata specializzazione. Tra il 2019 e il 2023 saranno necessari tra i 3 e i 3,2 milioni di nuovi occupati per soddisfare le esigenze produttive delle imprese e della pubblica amministrazione.
Infatti, pur con una crescita economica molto contenuta (variazione del PIL compresa tra +0,6 e +0,9 p.c., in media annua tra il 2019 e il 2023), sarà necessario affrontare il naturale turnover sul mercato del lavoro che da solo determinerà oltre l'80 p.c. del fabbisogno (2,6 milioni di lavoratori nel quinquennio). La crescita economica, d'altra parte, potrà al massimo generare, a seconda della sua intensità e in maniera molto differenziata nei diversi settori, una quota di nuovi posti di lavoro che va dalle 352mila alle 535mila unità.

La scelta del percorso di studio

"La scelta del percorso di studio è uno dei momenti più importanti della vita dei nostri giovani", sottolinea il presidente di Unioncamere, Carlo Sangalli. "Fornire ai ragazzi e alle famiglie le informazioni più aggiornate sulle tendenze del mercato del lavoro e sulle professioni che offrono le migliori opportunità per il futuro è fondamentale. Su questo fronte le Camere di commercio sono molto impegnate, con l'obiettivo di ridurre il più possibile il disallineamento tra domanda e offerta di lavoro".
Questo scenario, che emerge dal nuovo Report Excelsior di Unioncamere e Anpal sui fabbisogni occupazionali 2019-2023, ha fatto da sfondo alla partecipazione di Unioncamere a Job&Orienta 2019 a Verona.

Job&Orienta a Verona

Molte le attività e gli appuntamenti nello stand di Unioncamere: laboratori interattivi, workshop tematici, orientamento ai lavori del futuro, con particolare attenzione alle competenze richieste dalle imprese, lette attraverso i dati del Sistema Informativo Excelsior di Unioncamere e Anpal. Gli studenti e docenti hanno avuto anche modo conoscere le opportunità da cogliere attraverso le esperienze di mobilità internazionale. Gli studenti inoltre sono stati protagonisti di sessioni di simulazione assessment, guidati da esperti di recruitment, e di apprendere quali sono le informazioni strategiche da inserire in un CV, come presentarsi ad un colloquio di lavoro, approfondendo anche aspetti legati alla gestione "dell'immagine social".

Lauree e diplomi

Tra il 2019 e il 2023 i laureati e i diplomati dovrebbero rappresentare congiuntamente il 62 p.c. della richiesta di occupati (54 p.c. nel settore privato, 98 p.c. in quello pubblico). In particolare, la domanda di personale laureato potrà attestarsi tra le 959mila e le 1.014 unità, e si concentrerà per lo più nell'indirizzo medico-sanitario, con una richiesta tra 171mila e 176mila unità, seguito da quello economico, da 152mila a 162mila unità, da ingegneria, con una domanda compresa tra 127mila e 136mila lavoratori, e dall'area giuridica, da 98mila a 103mila unità.
Per quanto riguarda i diplomi, nel quinquennio le imprese richiederanno personale diplomato principalmente nell'indirizzo amministrazione, finanza e marketing, con un fabbisogno che potrà variare tra 279mila e 302mila unità, e in quello industria e artigianato, con una domanda complessiva tra 211mila e 235mila unità (tra cui spiccano le richieste degli indirizzi meccanica, meccatronica ed energia con 94-106mila unità ed elettronica ed elettrotecnica con 50-56mila unità). Sarà considerevole anche il fabbisogno di diplomati nell'ambito del turismo, che potrà arrivare a domandare tra i 79mila e gli 82mila occupati.
Si stima, elaborando i dati del Miur, che nel periodo 2019-2023 il totale dei neo-laureati ammonterà a 893.600 unità, su un fabbisogno totale che andrà dalle 959mila alle 1.014mila unità.
Gli indirizzi di laurea, in cui lo scarto tra fabbisogno totale e offerta prevista è positivo, quindi con una maggiore richiesta di profili rispetto a quanti si attende usciranno dalle Università, saranno quelli medico-sanitario, economico, ingegneria-architettura, giuridico e statistico. Nelle stime dei neo-diplomati si considerano tutti quelli che, al termine del percorso delle scuole medie superiori, si renderanno immediatamente disponibili per il mercato del lavoro.

Lo scarto domanda-offerta

Per i neodiplomati, si profila il mantenimento di un eccesso di offerta, ossia il sistema produttivo richiederà meno persone con questo titolo di studio rispetto a quanti se ne potrebbero rendere disponibili all'impiego. Ad un'offerta prevista di 1 milione e 534mila ne-diplomati corrisponderà nel migliore scenario possibile un fabbisogno totale pari a 941 mila unità.
Le stime evidenziano che gli indirizzi di studio, in cui lo scarto tra fabbisogno totale e offerta prevista è positivo, quindi vi sarà una maggiore richiesta di profili rispetto a quanti ne usciranno dalle scuole superiori, saranno quelli in amministrazione-marketing, costruzioni ed elettronica ed elettrotecnica. Tutti gli altri indirizzi di studi invece si potrebbero caratterizzare per un eccesso di offerta rispetto al fabbisogno. Vi saranno comunque un certo numero di opportunità lavorative a carattere trasversale, in cui il principale requisito richiesto è una buona cultura generale; su queste sarà marcata la concorrenza tra i diplomati (sia i neo-diplomati sia lo stock di diplomati già presenti nel mercato del lavoro) dei diversi indirizzi.

Un video della Regione Lombardia

Le professioni della moda sono sempre più di moda

"Nei prossimi anni saranno disponibili in Italia oltre 45mila posizioni nella moda. Ecco perchè abbiamo pensato di realizzare un video dedicato ai più giovani: potranno trasformare la loro passione in una opportunità concreta di lavoro in un settore che tra commercio, produzione e design coinvolge nella Regione Lombardia con oltre 190mila addetti per un business di oltre 35 miliardi di euro. Ragazzi, fatevi avanti, il futuro vi aspetta: la Lombardia sarà sempre più di moda". È con questo messaggio che il presidente della Regione Lombardia, Attilio Fontana, e l'assessore regionale al Turismo e Moda, Lara Magoni, presentano il video per la valorizzazione delle professioni della moda.
L'obiettivo è rendere sempre più attrattive, per i giovani e le loro famiglie, le attività più manuali della moda.
Si va dal prototipista al figurinista, dal cartamodellista, al sarto. La campagna di comunicazione realizzata da Regione Lombardia, nata sotto il segno del claim "Le professioni della moda sono di moda", prevede anche una pagina web apposita (www.professionimoda.regione.lombardia.it) e l'utilizzo di canali multimediali più in voga tra i giovani: web, social, influencer.
I numeri parlano chiaro: secondo una recente indagine di Altagamma, fondazione cui fanno capo le migliori imprese italiane nei settori moda, design, food, ospitalità e automotive, fra 5 anni mancheranno alle aziende del made in Italy 236mila addetti specializzati nei settori del fashion e del design, di cui oltre 46mila nella moda a livello nazionale. Tuttavia, solo il 30 p.c. degli studenti italiani sceglie una scuola tecnica e il 15 p.c. una scuola professionale.
"In Lombardia – aggiunge l'assessore Magoni – il settore della moda è fondamentale per l'economia locale e l'occupazione. In tal senso vogliamo puntare forte sulla formazione dei giovani, avviando un'azione di sensibilizzazione su studenti e famiglie coinvolti nella scelta della scuola da frequentare. L'obiettivo è far conoscere ai ragazzi percorsi di studio tecnici e creativi che li accompagnino verso sbocchi professionali più richiesti dal settore moda, riqualificandoli nell'immaginario collettivo delle famiglie che spesso tendono a sottovalutarli".

L'ettricità generata alla centrale geotermica di Ciglena soddisfa il fabbisogno energetico di 29mila famiglie

La centrale elettrica geotermica di Ciglena

ENERGIA

di Krsto Babić

IL PRIMO IMPIANTO IN CROAZIA È STATO INAUGURATO DI RECENTE A CIGLENA (BJELOVAR)

GEOTERMIA UNA SFIDA RINNOVABILE

In Croazia si trivella alla ricerca di nuove fonti geotermiche

L'acqua calda potrebbe rivelarsi essere il vero petrolio della Croazia. Il Paese vanta un considerevole potenziale geotermico. Nelle Regioni settentrionali il gradiente geotermico supera del 60 p.c. la media europea. I giacimenti naturali di vapore accertati sono 28. Quelli sfruttati a fini economici sono 18. Si tratta principalmente delle fonti impiegate per alimentare le stazioni termali e in misura minore quelle impiegate per fornire calore, ossia riscaldare prevalentemente serre e altre strutture connesse alla produzione agricola o industriale. Gli impianti per la produzione di calore alimentati dall'energia geotermica operanti in Croazia hanno una potenza installata che sfiora i 40 megawatt e una produzione di quasi 190 terajoule all'anno. I margini di crescita del contributo dell'energia geotermica al PIL della Repubblica di Croazia sono notevoli. Il potenziale geotermico complessivo del Paese, considerando esclusivamente i giacimenti di vapore naturale accertati, ammonta a 2.531,79 megawatt (dato riferito alla produzione di calore). Per quanto concerne la produzione di energia elettrica, le stime parlano di un potenziale accertato di 47,88 megawatt. Ma gli esperti sono convinti che nel sottosuolo della Croazia si celino ulteriori giacimenti, in particolare nelle regioni continentali e pannoniche. Le fonti accertate finora sono state quasi tutte scoperte a cavallo tra gli anni '70 e '80 del ventesimo secolo, in occasione della trivellazioni compiute dall'INA nell'ambito delle ricerche dei giacimenti di idrocarburi. Le aspettative degli studiosi si fondano sulla consapevolezza che negli ultimi 30-40 anni le tecnologie impiegate in questo campo hanno compiuto passi da gigante, sia per quanto concerne la ricerca dei giacimenti sia per quanto riguarda lo sfruttamento dei pozzi a fini commerciali.

Inaugurata la prima centrale

Basti considerare il caso della prima centrale geotermica per la produzione di energia elettrica inaugurata in Croazia. L'impianto entrato in funzione nel corso del 2019 ha una potenza installata di 16,5 megawatt (grosso modo l'equivalente della potenza installata complessiva di tutti i panelli solari censiti nel Paese) ed è il più grande in tutta l'Europa continentale ad essere stato realizzato con il sistema del ciclo binario, ossia con la tecnologia ORC (Organic Rankine Cycle). Nel 1980, quando il giacimento di vapore naturale che alimenta l'impianto fu scoperto nei pressi di Ciglena (Bjelovar), gli esperti valutarono che nella più ottimistica delle ipotesi il medesimo avrebbe potuto alimentare una centrale elettrica di 4,5 megawatt di energia installata. Grazie all'evoluzione delle tecnologie impiegate in questo campo, la centrale, denominata Velika 1 (letteralmente Grande 1) risulta, invece, in grado di generare una quantità di energia elettrica sufficiente a soddisfare il fabbisogno di circa 29mila famiglie. L'impianto è stato realizzato dalla società turca MB Holding, coinvolta nel progetto dalla Geoen, una compagnia fondata dall'imprenditore croato Dragan Jurilj, che rilevò il sito dall'INA e dalla HEP. Nei lavori sono state incluse numerose società e imprese croate. Gli appaltatori e i fornitori croati, infatti, hanno realizzando circa il 68 p.c. della centrale, incassando ben 220 dei 325 milioni spesi dagli investitori per la costruzione dell'infrastruttura.

Un «cuore» italiano

Il cuore dell'impianto è però italiano ed è stato fornito dalla Turbodena di Brescia. I generatori della centrale di Ciglena sono mossi dall'energia sprigionata dell'acqua, ossia dal vapore acqueo attinto a una profondità di circa 2.800 metri e che sbocca in superficie a una temperatura di 166 gradi centigradi. La MB Holding, che in Turchia gestisce cinque impianti geotermici con una potenza installata complessiva di 70 megawatt, punta a realizzare in Croazia altre quattro centrali. La prossima dovrebbe sorgere a Legrad, non lontano da Koprivnica, e avere un'energia installata di 19,9 megawatt.

In Croazia sono 28 i giacimenti di vapore acqueo naturale accertati

Sfruttamento sostenibile

Lo sfruttamento sostenibile dei giacimenti geotermali per la produzione di energia elettrica è d'importanza strategica per la Croazia. Innanzitutto, perché consentirebbe al Paese di essere più autosufficiente per quanto concerne l'approvvigionamento dei consumatori nazionali (famiglie e imprese) con l'energia elettrica. Non solo, la costruzioni di nuovi impianti geotermici per la produzione di elettricità consentirebbero di ridurre notevolmente il disavanzo nella bilancia commerciale. La Croazia, difatti, è costretta a importare dall'estero oltre il 40 p.c. dell'energia elettrica consumata nel Paese, spendendo ogni anno miliardi di kune. Inoltre, aiuterebbe il Paese a soddisfare più facilmente gli obiettivi fissati dall'Unione europea e legati alla riduzione dell'emissione nell'atmosfera dei gas serra, evitando di incorrere in possibili sanzioni.
Il vantaggio degli impianti geotermici rispetto alle altre fonti rinnovabili è molteplice. La loro produzione è più stabile e meno soggetta alle condizioni meteorologiche. Hanno un impatto ambientale e paesaggistico sensibilmente inferiore a quello degli impianti solari, eolici e soprattutto idrici. Le centrali geotermiche, a parità di energia installata, hanno dimensioni molto contenute, in particolare rispetto alle quelle eoliche e solari. Per il loro funzionamento non sono necessari laghi o corsi d'acqua artificiali, dighe... L'unico intervento nell'ambiente è costituito dalle trivellazioni indispensabili per raggiungere le falde acquifere termali. Il loro tallone d'Achille consiste proprio nel fatto di sfruttare una fonte energetica celata nel sottosuolo. Infatti, la maggior parte della spesa legata alla realizzazione delle centrali geotermiche sono connesse alle fasi preliminari, ossia ai costi delle ricerche dei giacimenti e dei successivi test d'idoneità dei pozzi.

Prospettive future

L'Agenzia per gli idrocarburi (AZU) ha o si appresta a bandire le gare pubbliche per l'assegnazione degli appalti per la ricerca di giacimenti geotermici a Karlovac, Babina Greda, Križevci, Virovitica e Sveta Nedelja (Regione di Zagabria). Ma per assistere al vero boom degli investimenti in questo settore bisognerà pazientar ancora un po' di tempo, ossia fino a quando non sarà pronto lo studio sul potenziale geotermico di 13 località, la cui realizzazione è stata affidata alla PricewaterhouseCoopers (PwC), uno dei più grandi network al mondo di servizi professionali.

IL DIGITALE CI SALVERÀ (MA LA CARTA PIACE ANCORA)

EDITORIA

IN EUROPA SOLTANTO LA GERMANIA REGISTRA RICAVI IN POSITIVO

Le testate economiche registrano ricavi in positivo

"Nel gruppo editoriale Gedi oltre a portare l'esperienza maturata nel settore, anche a livello internazionale, Exor assicurerà la stabilità necessaria per accelerare le trasformazioni sul piano tecnologico e organizzativo". È quanto assicurato dal presidente e amministratore delegato di Exor, John Elkann, dopo l'acquisizione della quota di controllo del gruppo Gedi dalla Cir. "Siamo convinti – ha sottolineato Elkann – che il giornalismo di qualità abbia un grande futuro, se saprà coniugare autorevolezza, professionalità e indipendenza con le esigenze dei lettori, di oggi e di domani. Con questa operazione ci impegniamo in un progetto imprenditoriale rigoroso, per accompagnare Gedi ad affrontare le sfide del futuro". E mai la parola sfida è parsa più appropiata considerato che l'ingresso degli Agnelli-Elkann nel gruppo editoriale del quale fa parte il quotidiano Repubblica avviene in un momento in cui l'industria dell'informazione di certo non gode di buona salute.

Il giro d'affari mondiale

Stando ai dati diffusi da Mediobanca anche nel 2018 il giro d'affari mondiale è risultato in diminuzione, attestandosi a 111 miliardi di euro complessivi, con un -3,4 p.c. rispetto al 2017 e -13,2 p.c. sul 2014. La raccolta di pubblicità cartacea, con -28,9 p.c. sul 2014, ha registrato la peggior performance, in negativo anche i ricavi da diffusione cartacea (-7,4 p.c. sul 2014). Aumentano, invece, i ricavi da pubblicità digitale (+24,8 p.c.) e soprattutto quelli da diffusione digitale (+104,5 p.c.). Attenzione però a non leggere i dati in modo distorto, avvertono gli autori dell'indagine incentrata sulle dinamiche economiche e diffusionali dei principali sette gruppi editoriali italiani cui fanno capo i maggiori quotidiani nazionali d'informazione, attraverso i conti del periodo 2014-2018, con un aggiornamento ai primi nove mesi del 2019; il tutto corredato da un confronto con i maggiori editori di quotidiani in Europa e da un'analisi del settore editoriale a livello mondiale.

In Europa la Germania è "best performer"

I canali tradizionali reggono

Infatti, nonostante i tassi di crescita del digitale, nel 2018 l'86,5 p.c. del giro d'affari mondiale proviene ancora dalla carta stampata (era il 91,7 p.c. nel 2014), segno di come a livello globale la gran parte delle vendite si concentri ancora sui canali tradizionali. Nel quinquennio è aumentato il peso dei proventi da diffusione che, a partire dal 2016, hanno superato quelli pubblicitari diventando la fonte principale di ricavi del settore (53,1 p.c. del totale nel 2018).
Per quanto riguarda i quotidiani quotidiani, in Italia nel 2018 è proseguito il trend decrescente della diffusione cartacea, con una diminuzione nell`ultimo anno di circa 240mila copie al giorno, si è attestata a 2,5 milioni di copie, mentre nello stesso periodo sono state diffuse giornalmente circa 380mila copie digitali (13 p.c. del totale), in aumento del 13 p.c. rispetto al 2017. A livello mondiale, invece, nel 2018 la diffusione su carta è rimasta stabile: -0,3 p.c. sul 2017 (dati WAN-IFRA). Oggi la diffusione dei quotidiani italiani rappresenta lo 0,4 p.c. di quella mondiale, poco meno di quella dei primi due quotidiani britannici insieme (The Sun e Daily Mail).

La top 10 italiana

Secondo l'indagine sull'editoria dell'Area Studi di di Mediobanca, la top 10 dei quotidiani d`informazione italiani vede in testa il Corriere della Sera, con 216mila copie giornaliere nel 2018. Sul podio troviamo, inoltre, La Repubblica (166mila copie), seguita da un altro quotidiano del Gruppo GEDI, La Stampa (131mila). Seguono Avvenire (101mila), QN-Il Resto del Carlino (92mila), Il Messaggero (88mila), il Sole24Ore (80mila), QN-La Nazione (67mila), Il Giornale (54mila) e Il Gazzettino (47mila).
Quanto ai prezzi, i quotidiani italiani sono mediamente meno cari rispetto a quelli europei e registrano l`incremento di prezzo più contenuto nel 2018-2014. Bild, The Sun e Daily Mail costano meno della metà e hanno una diffusione di quasi cinque volte superiore a quella degli altri quotidiani d`informazione.

Bene le testate economiche

Per quanto riguarda infine i ricavi delle società editoriali europee esaminate cui fanno capo i quotidiani d`informazione, segnano mediamente un -3,8 p.c. nel 2018-2017, in controtendenza i ricavi delle società europee che editano testate economiche (mediamente +4,5 p.c.). Italia fanalino di coda per tasso di investimento (1,1 p.c. nel 2018), meno della metà del Regno Unito (2,6 p.c.) e un terzo di quello francese (3,4 p.c.); Germania best performer (7,2 p.c.). Per quanto concerne i maggiori gruppi editoriali europei per fatturato nel 2018, la prima posizione spetta alla divisione News Media del Gruppo Axel Springer, editore dei quotidiani Bild e Die Welt con 1,5 miliardi, cui seguono le britanniche Associated Newspapers (729 milioni) e News Group Newspapers (449 milioni), editrici rispettivamente del Daily Mail e del The Sun.

Riconoscimento britannico assegnato al Gruppo Illy

Per l'investimento nel marchio Prestat, fornitore ufficiale della Casa Reale, la società ha ottenuto l'UK-Italy Business Boost

"ll Gruppo Illy prosegue nella sua strategia di diversificazione del portafoglio e di specializzazione sull'altissimo di gamma con l'acquisizione di Prestat, uno dei brand di cioccolato più amati del Regno Unito e fornitore ufficiale della Casa Reale inglese, noto anche per aver ispirato il film 'La fabbrica di cioccolato'. L'acquisizione è coerente con il Dna del gruppo, alla costante ricerca di una proposizione di offerta di altissima qualità e rafforza la crescita nel business del cioccolato". È questa la motivazione del riconoscimento assegnato al Gruppo Illy dal governo britannico, l'UK-Italy Business Boost nella categoria Food and Drink Award.
La tredicesima edizione del riconoscimento ufficiale che viene conferito sia alle aziende Italiane che investono nel Regno Unito che alle aziende britanniche che investono ed esportano in Italia è stato organizzato dal Department for International Trade e si è tenuto, come da tradizione nella sede di Borsa Italiana, Sala Scavi di Palazzo Mezzanotte, con la partecipazione di circa novanta rappresentanti del mondo del business e della finanza. Alla cerimonia sono intervenuti Jill Morris, Ambasciatore britannico in Italia e a San Marino, Andrew Mitchell, Trade Commissioner for Europe e Barbara Lunghi, responsabile dei mercati primari di Borsa Italiana.
A ritirare il premio in rappresentanza del Gruppo illy è stato Andrea Macchione, nella duplice veste di Amministratore Delegato Domori e Presidente di Prestat. "Siamo onorati di vedere premiato il nostro impegno per un'internazionalizzazione innovativa, inclusiva di qualità rigorosa e rispetto della storia delle aziende. È stato un anno di cruciale importanza per tutti i marchi del Gruppo illy, da marzo raggruppati nella bellissima realtà del Polo del Gusto, la sub-holding nata per accogliere e valorizzare nel mondo tutti i Brand extra - caffè. Prestat e Domori sono due portavoci dell'eccellenza del cioccolato: due marchi dall'identità forte e in grado di sostenersi reciprocamente nella sfida del mercato d'alta gamma, sempre più attento – ha rilevato Macchione – ai contenuti in senso lato - alla qualità, creatività e sostenibilità dei prodotti."

la Voce del popolo in più
Anno 15 / n. 369 / giovedì, 19 dicembre 2019
IN PIÙ Supplementi è a cura di Errol Superina
inpiueconomia@edit.hr
Edizione ECONOMIA & FINANZA
Caporedattore responsabile Roberto Palisca
Redattore esecutivo Christiana Babić
Impaginazione Vanja Dubravčić
Collaboratori Mauro Bernes, Krsto Babić e Francesca Mary
Foto Reuters, CCIC e archivio