IL DEBITO PUÒ ESSERE «BUONO»

la Voce del popolo
in più
economia & finanza
www.lavoce.hr
Anno 17 • n. 383
giovedì, 29 aprile 2021

L'ANALISI

Macroregione adriatico-ionica Un mondo di vantaggi

In ambito macroregionale può esserci una spinta volta a creare sviluppo anche in termini di cultura d'impresa

4|5

PROGETTI

Monestiq. Ad Abbazia il bancomat incontra il franchising

La società di Abbazia, Monestiq, propone sul mercato un'innovazione rivolta a tutti: il bancomat dato in franchising

6

INNOVAZIONE

I tessuti bandiscono il virus È collaborazione Marzotto-Varteks

L'innovativo trattamento ViralOff consente di creare abiti a prova di virus. Utilizzato sui tessuti Marzotto anche su abiti Varteks

7

ITALIA a cura di Mauro Bernes

LA PANDEMIA HA FATTO SCENDERE I MAXI-COMPENSI: -17 PER CENTO NEL 2020

IL COVID ABBATTE ANCHE GLI STIPENDI DEI TOP MANAGER

La pandemia ha ridotto anche le remunerazioni dei top manager. Fra i tagli di stipendi e bonus decisi proprio in relazione all'eccezionale congiuntura economica e i cali nelle quote variabili in equity legate al valore delle azioni e dei risultati aziendali, nel 2020 il monte compensi di presidenti e amministratori delegati delle 27 società industriali e di servizi quotate in Borsa si è "fermato" a 102,5 milioni, con un calo di 21 milioni, pari al 17 p.c., rispetto al 2019. La retribuzione media è stata pari a poco più di 2 milioni lordi. Ciò significa che un dipendente medio deve lavorare 36 anni per guadagnare quanto una sua figura apicale nei 12 mesi dell'anno scorso: dal 1984 al 1999 per "raggiungere" la quota fissa, e dal 2000 al 2020 per la parte variabile. L'analisi è contenuta nel rapporto su "Gli effetti del Covid-19 sui bilanci 2020 delle società industriali e di servizi quotate sul Ftse-Mib", realizzata dall'Area studi Mediobanca e riportata dal Corriere della sera. Il compenso medio di presidenti e ceo, che comprende la parte fissa (inclusi i benefici non monetari), pari al 41 p.c., quella variabile (59 p.c.) in cash e in equity (valutata al fair value, cioè al valore di Borsa) cresce con la capitalizzazione delle società: sotto i 5 miliardi è di 1,23 milioni, mentre sopra i 20 miliardi sale a 5,14 milioni. Ciò significa che per un dipendente sono necessari 90 anni di lavoro per accumulare un simile stipendio. La remunerazione media di un presidente donna è invece inferiore del 16,8 p.c. a quella di un "collega" uomo.

Mike Manley, amministratore delegato di Fiat Chrysler Automobiles

Mike Manley (Fca) su tutti

La classifica dei top per compensi nel 2020 vede al primo posto Mike Manley (alla guida di Fca, poi passato agli inizi del 2021 con la fusione con Psa e la creazione di Stellantis, alla testa di Head Americas, quindi delle attività americane del nuovo gruppo) con 11,7 milioni, pari a circa 200 anni di lavoro di un dipendente medio. Al secondo posto è John Elkann, numero uno di Exor, la holding della famiglia Agnelli, con 8,5 milioni. Rispettivamente terzo e quarto sono due top manager pubblici: Francesco Starace di Enel con 7,5 milioni e Claudio Descalzi di Eni con 6.

Campari e Moncler: tagli pesanti

La remunerazione scesa relativamente di più è stata quella di Luca Garavoglia, presidente (e azionista) di Campari, la cui retribuzione, totalmente fissa, si è ridotta di 800mila euro, cioè del 94,4 per cento. Il calo in assoluto più consistente è stato invece per Remo Ruffini, presidente e consigliere delegato (nonché anche lui socio) di Moncler, il cui compenso (grazie anche all'azzeramento del bonus) è diminuito di 2,4 milioni, cioè del 36,5 per cento. L'impatto sui guadagni dei vertici è stato simile a quello sul fatturato delle 27 società considerate, che l'anno scorso hanno perso il 18,6 p.c. dei ricavi, equivalenti a oltre 75 miliardi. Ed è stato più alto rispetto a quello dei dividendi, diminuiti di 1,4 miliardi e cioè del 12 p.c., e degli investimenti, ridotti di 4 miliardi, pari all'11,3 p.c. È stato però decisamente più contenuto rispetto alla redditività delle società, i cui margini industriali hanno perso il 42,5 p.c. e il cui risultato netto si è chiuso in rosso per 1,5 miliardi rispetto a un utile di 12,8 miliardi nel 2019. Un po' di più ha resistito la manifattura, i cui affari nel 2020 hanno registrato un calo del 14,3 p.c., che pure è il peggiore degli ultimi 30 anni e l'unico a doppia cifra. In un focus dedicato proprio sulla manifattura il rapporto spiega come questa abbia dimostrato tuttavia una notevole capacità di reazione: dopo un crollo di quasi la metà dei ricavi del secondo trimestre 2020 (quello dei primi lockdown totali), la caduta si riduce al 4,2 p.c. nel terzo trimestre e al 6,5 p.c. nel quarto. E per il 2021 le previsioni indicano un rimbalzo del 10 p.c. e un ritorno ai livelli pre-crisi nel 2022.
Il ritorno ai livelli precedenti la pandemia non è stato invece un problema per la Borsa. La capitalizzazione delle 27 società a fine dicembre 2020 era pari a 386 miliardi, cioè l'1,4 p.c. in più rispetto a fine 2019. E il 23 aprile 2021 il loro valore è salito a 431 miliardi, con un guadagno in meno di quattro mesi dell'11,7 per cento. Si sa, la Borsa guarda lontano. E anticipa.

Tesla, utili e ricavi da record

Elon Musk consegna un massimo storico di oltre 184.000 vetture in tre mesi

Tesla ha battuto le aspettative degli analisti nei conti del primo trimestre dell'anno in corso, mettendo a segno profitti record. L'utile netto è balzato alla vetta senza precedenti, per la regina dell'auto elettrica e hi-tech, di 438 milioni, pari a 0,93 centesimi e superiori anche agli 0,79 centesimi stimati. Un anno fa l'utile era stato di 16 milioni. I ricavi sono stati da parte loro di 10,39 miliardi di dollari, un incremento di circa il 74 p.c. dai 5,99 miliardi dello stesso periodo del 2020 e oltre i 10,29 miliardi previsti dagli analisti di Wall Street (stime IBES Refinitiv).

Nuovi impianti

L'azienda guidata dall'influente e spesso controverso, imprenditore Elon Musk ha annunciato di essere in dirittura d'arrivo per nuove, complesse espansioni. Dovrebbe avviare la produzione nel suo impianto europeo di Berlino nel corso del 2021, seppure a livelli definiti limitati. In una simile fase di decollo è un nuovo stabilimento americano a Austin, in Texas.
"Abbiamo assistito a una svolta nella percezione delle vetture elettriche tra i consumatori e la domanda per noi non è mai stata migliore", ha assicurato Musk durante commenti con investitori e analisti. Anzi, ha pronosticato che le vendite del gruppo nel 2021 saliranno del 50 p.c. rispetto al traguardo di mezzo milione raggiunto per l'intero anno scorso.
Tesla ha fatto sapere di aver già consegnato una cifra record di 184.877 veicoli a livello globale nel trimestre tra gennaio e marzo, oltre il doppio rispetto allo stesso periodo del 2020, con buoni risultati dovuti in particolare alla forte domanda dalla Repubblica Popolare cinese. L'azienda ha continuato sottolineando che le prime consegne della nuova Model S, la "Plaid", dovrebbero iniziare molto presto, il mese prossimo, anche se una produzione di massa arriverà durante nel terzo trimestre. Il tasso di produzione della Model Y in Cina, nello stabilimento di Shanghai che lo sforna dal trimestre appena concluso, continua intanto a migliorare. Quest'anno Tesla dovrebbe inoltre riuscire ad avviare le consegne del suo "semitrailer", un versione di autocarro elettrico, anche se in ritardo di due anni.

Elon Musk

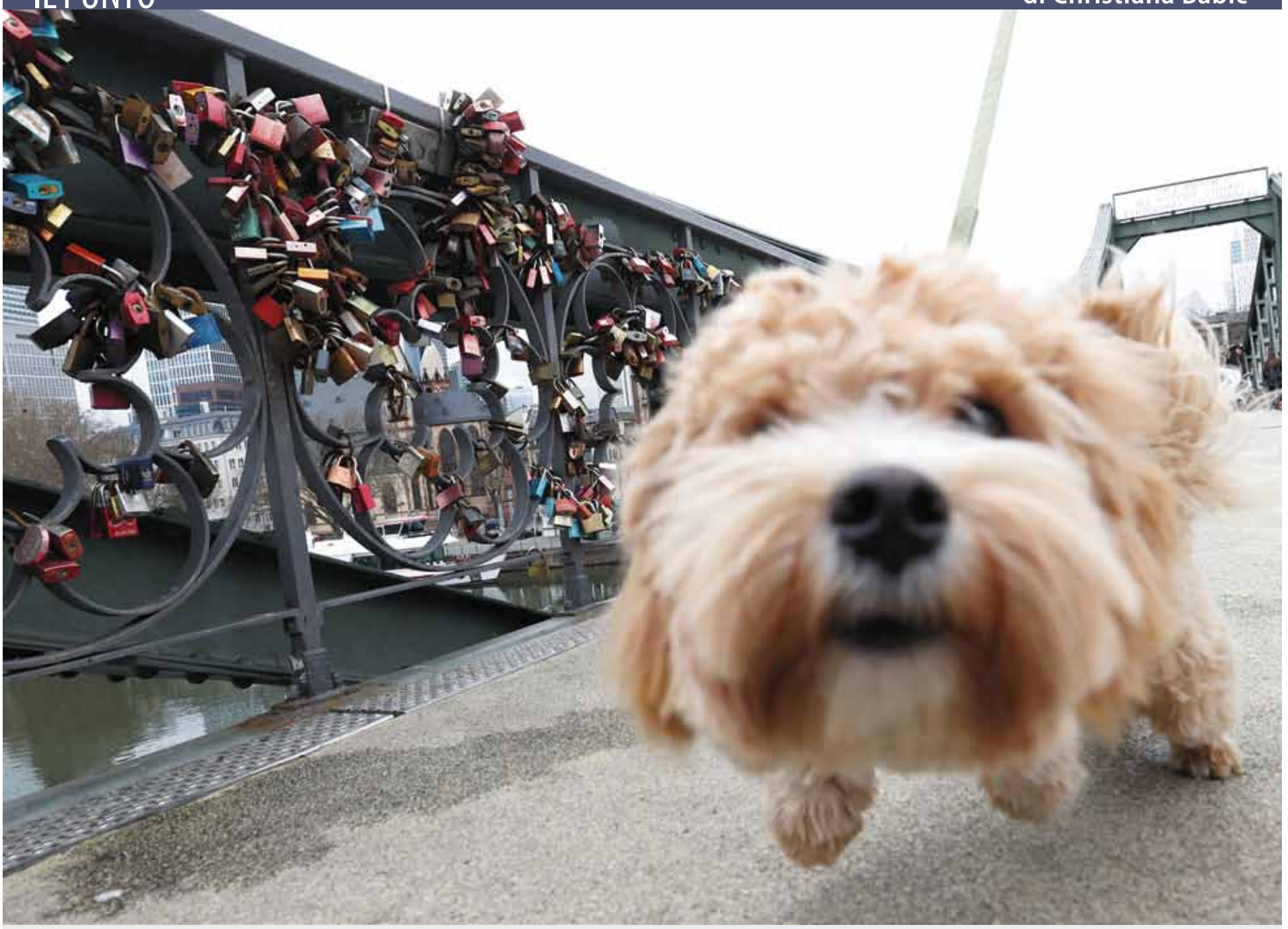
Il titolo, nonostante i risultati oltre le attese, nel dopo mercato ha oscillato in ribasso del 2 p.c. dopo aver chiuso in leggero ribasso durante la seduta e prima dei conti. Un segno, forse, che le sfide quest'anno non mancano, per una società che è stata ormai protagonista di lunghi rally di Borsa capaci di proiettare Musk in un testa a testa con Jeff Bezos di Amazon per la poltrona di uomo più ricco al mondo. Le azioni di Tesla hanno visto il loro valore moltiplicarsi di otto volte l'anno scorso e da gennaio hanno guadagnato un altro 4 per cento.

La sicurezza

Una delle sfide è comparsa sul fronte della sicurezza: le autorità federali americane stanno indagando su un incidente fatale avvenuto in Texas. Una Model S si è schiantata contro un albero uccidendo entrambe le persone a bordo, che secondo le autorità locali pare non fossero al volante al momento dello schianto, come prescritto anche in caso di inserimento dei più sofisticati sistemi esistenti di assistenza alla guida. I vertici di Tesla hanno difeso il funzionamento del sistema di pilota automatico, che non è un sistema di guida autonoma, e hanno indicato che la vettura coinvolta non lo avrebbe in realtà utilizzato. Hanno piuttosto accusato duramente i media di una copertura viziata, "estremamente ingannevole". Ma vero è che ad oggi oltre una ventina di incidenti che riguardano Tesla sono sotto indagine. Gli Usa non sono oltretutto il solo teatro di polemiche. In Cina, piazza oggi trainante per Tesla, di recente il video di un consumatore che denunciava problemi con i freni della sua vettura è andato virale. Tesla ha risposto accusando l'uomo di eccesso di velocità, ma sui media cinesi l'azienda è stata attaccata come arrogante e le autorità premono sulle sue pratiche, tanto che alcuni analisti parlano di un "sentimento anti-Tesla" che rischia di diffondersi.

IL PUNTO

di Christiana Babić



QUANDO IL DEBITO È BUONO

Se l'aumento del debito dovuto alla crisi ora serve a finanziare – dopo le misure temporanee e mirate che servivano a tenersi a galla – riforme e misure di sostegno alla produttività, allora questo è debito messo a buon uso. Lo ha affermato di recente la presidente della Bce, Christine Lagarde, che ha precisato: "Tutti i Paesi nel mondo, non solo dell'area euro, hanno dovuto aumentare il debito perché dovevano rispondere alla crisi, quindi non era questione di rispettare la soglia del 3 p.c (sul deficit-Pil)". La vera questione è dunque quella inerente all'uso che si fa del debito.

Le domande da porsi

La domanda che ci si deve porre è: la spesa pubblica è mirata e temporanea? Laddove i finanziamenti assicurati dai vari piani anticrisi verranno spesi in misure sulla produttività e per riforme che aumentano il potenziale e le performance dell'economia, il tutto potrebbe avere un senso, ovvero, per usare le parole della numero uno della Bce "se i termini di finanziamento restano attraenti, relativamente alla crescita che si può sviluppare da queste misure temporanee e mirate e di sostegno alla produttività, allora questo è debito messo a buon uso". Comunque sia, e nonostante i dubbi e i dibattiti che accompagnano la fase di pianificazione, assicura Lagarde, un supporto monetario e quello di bilancio nell'area euro non verranno meno. Almeno per ora. "Per ora il supporto serve e servirà ben avanti nella ripresa", ha detto in una conversazione con i giornalisti di Reuters. "Stiamo ancora chiaramente gestendo la crisi pandemica, in molti Paesi UE c'è una terza ondata, quindi – ha precisato – consideriamo che sia il supporto di bilancio che monetario sia necessario e valutiamo che sarà necessario fino quando la crisi pandemica non sarà finita".

Qualcuno rimarrà indietro

I tempi? Stando alle previsioni non saranno uguali per tutti. Lo ha ammesso anche Christine Lagarde, chiarendo: "Le economie dell'area euro torneranno in media al livello prepandemico nella seconda metà del 2022, ma mantengo la cautela perché ci saranno divergenze, eterogeneità, Paesi che resteranno indietro per vari fattori". Per superare il divario, ma anche per assicurare in generale la ripresa, appare urgente rendere operativo senza registrare ritardi Next Generation EU, ma anche attuare i piani nazionali di Recovery. Eventuali slittamenti, infatti, ha chiarito Lagarde non potrebbero contare su una "supplenza" della Bce. "Tra politica monetaria e politiche di Bilancio ci completiamo, ma non ci sostituiamo", ha detto senza giri di parole la presidente della Bce.

Confronto rinviato

Il confronto sul futuro della politica monetaria intanto sembra rinviato a giugno. La presidente della Bce rassicura che al momento non è sul tavolo una progressiva riduzione degli acquisti di titoli anticrisi con il programma Pepp: "Non se ne è discusso perché sarebbe prematuro", ha detto di recente, ma la prudenza è d'obbligo. A sentire gli analisti, infatti, qualcosa "cova sotto la cenere" e potrebbe trattarsi di un dibattito sulla rotta da impartire alla linea monetaria una volta che anche l'eurozona, ora chiaramente in ritardo rispetto a altre regioni, imboccherà finalmente un percorso di ripresa. Lagarde ha spiegato che si stima si sia verificata una nuova contrazione del Pil nel primo trimestre, ma che nel secondo dovrebbe tornare una crescita positiva.
"Le prospettive economiche euro restano adombrate dalla ripresa della pandemia e dalle campagne di vaccinazioni", ha affermato. "Guardando avanti, i progressi sulle vaccinazioni e il progressivo allentamento delle misure" di limitazione alle attività "sostengono l'attesa di un rimbalzo dell'economia durante il 2021". Ma rispetto all'ultima riunione, a inizio marzo, non si è diradato granché il quadro di incertezza. A fronte di segnali di miglioramento, permangono diversi fattori di rischio, incluse le possibili "varianti" di Covid.

Meno crescita più rincari

Intanto, il quadro che emerge dall'ultima indagine trimestrale condotta dalla Banca centrale europea, la Survey of Professional Forecasters (Spf), che fornisce una media delle previsioni degli esperti nel settore privato, di banche, gruppi finanziari e centri studi (non sono quindi le previsioni della stessa Bce) dice: meno crescita e più rincari quest'anno, ma espansione più solida il prossimo, prospettive del mercato del lavoro che migliorano, mentre a parte la temporanea accelerazione del 2021 le attese sull'inflazione restano inchiodate a valori inferiori agli obiettivi della Bce. Sul Pil è atteso mediamente un più 4,2 p.c. quest'anno nell'area euro, un più 4,1 p.c. nel 2022 e un più 1,9 p.c. nel 2023. Più a lungo termine, che significa sull'orizzonte 2025, mediamente i tecnici consultati prevedono una crescita annua che tornerà a moderarsi all'1,4 p.c. Quest'ultimo dato ha una sua particolare rilevanza e in una certa misura sorprende, in negativo, perché implicherebbe che apparentemente nel settore privato non si prevedono consistenti effetti di rafforzamento del potenziale di crescita dell'area euro dal piano Next Generation EU e dal Recovery fund.

L'ANALISI

di Flavio Mais*

LA CREAZIONE DEL VALORE IN AMBITO MACROREGIONALE: SVILUPPO DELLA CULTURA D'IMPRESA E FORMAZIONE DI UNA CONSAPEVOLE CLASSE DIRIGENTE IN AREE OMOGENEE

A BUONA ECONOMIA BUONA SOCIETÀ

Terminata, speriamo presto, l'emergenza pandemica da Covid 19, a partire da subito e per i prossimi anni l'obiettivo primario dei governi europei dovrà essere la crescita dei Paesi, unica efficace terapia per dare nuova fiducia e prospettiva alle comunità nazionali.
A maggior ragione per il Sistema Italia, la crescita è la sola condizione per rendere possibile sostenere un così elevato debito pubblico, rendendo credibile la solvibilità sia in termini di rimborso dei capitali, che di remunerazione degli stessi (riconoscimento di interessi sul debito). In sintesi bisogna rendere nuovamente attraente il Paese nei riguardi degli investitori esteri, assenti da troppi anni, aumentando in modo significativo la competitività del Sistema Italia, condizione prioritaria e assoluta per far evolvere positivamente il sistema economico nazionale.
Questo è l'auspicio, ma guardando la realtà in modo asettico rileviamo la costante perduranza dello status negativo dei conti, anche al netto dei minusvalori da Covid, e una vision senza recupero di competitività; in sostanza, da troppo tempo la crisi per l'Italia non è congiunturale, ma strutturale.

I punti critici

Le criticità endemiche sono ampiamente note: una struttura del sistema economico basato su piccole e piccolissime imprese (solo 26.000 aziende italiane fatturano più di 10 milioni di euro); un crollo della produzione industriale a vantaggio di un terziario mai effettivamente innovativo; una confusione perdurante tra export, delocalizzazione e internazionalizzazione; una composizione stratificata della burocrazia, a scapito dell'efficienza; una legislazione fiscale sempre più complessa e scritta in sostanziale contrasto alla volontà d'intrapresa; un sistema bancario impermeabile alla cultura della partecipazione ai progetti, legato invece al finanziamento delle stagnazioni patrimoniali.
Queste criticità rappresentano il macigno che ha condizionato pesantemente il divenire dell'Italia, facendolo restare il Paese più in crisi d'Europa.
Aridi numeri aggiornati al 2019: rispetto ai dati del lontano 2008, abbiamo dovuto constatare una regressione di quasi dieci punti di Pil, di oltre 1.700.000 posti di lavoro persi, l'abnorme crescita della cassa integrazione, la perdita del 35 per cento di produzione industriale, l'esplosione del debito pubblico, che superava i 2.300 miliardi di euro; il 2020 ha drammaticamente peggiorato tali ratios, rendendo impossibile una reale programmazione del riequilibrio. La globalizzazione del sistema socio-economico e l'adesione alla moneta unica europea hanno consentito l'accesso a più consistenti linee di sviluppo, che nella fase immediatamente successiva all'entrata in vigore dell'euro hanno presentato situazioni ricche di prospettive, ma al primo segnale di crisi (subprime) hanno evidenziato la vulnerabilità delle economie parcellizzate di trasformazione rispetto ai sistemi che avevano puntato sull'aggregazione delle attività produttive.

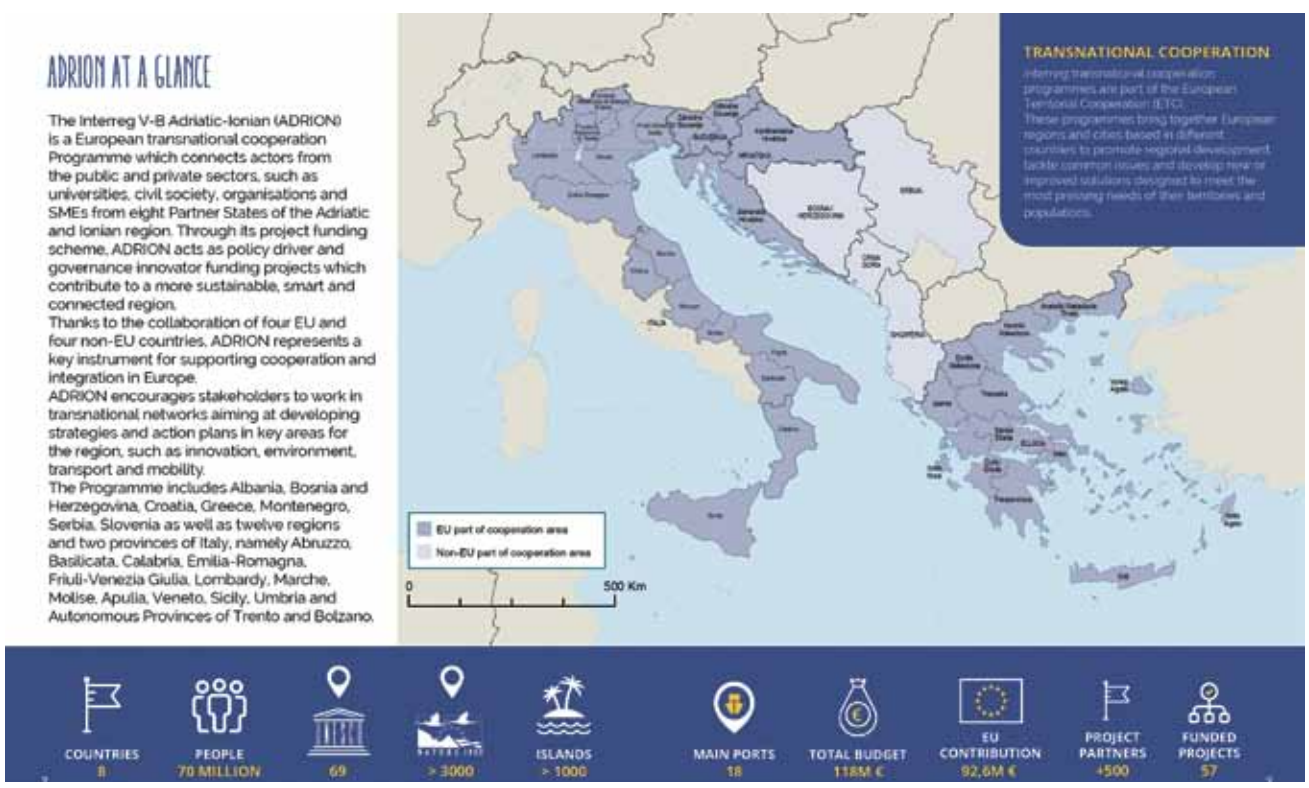
Gli strumenti correttivi

L'Italia si è accorta all'improvviso che non poteva più utilizzare i tradizionali strumenti correttivi dei precedenti cicli congiunturali; all'improvviso non è stato più possibile avvalersi della contenuta permeabilità economico-sociale, dello strumento di svalutazione monetaria e della conseguente gestione dell'inflazione. Di più, l'Italia ha dovuto subire gli effetti della concorrenza dei Paesi emergenti dell'Asia e del Sud America (che potevano supplire alle carenze tecnologiche con l'utilizzo della forza lavoro a costi molto bassi), e contemporaneamente la forza d'urto dei maggiori Paesi dell'Unione europea; questi ultimi, "protetti" dalla stabilità monetaria rappresentata dall'euro, hanno creato concorrenza all'Italia erodendole significative quote di mercato all'interno dell'UE, in virtù della maggiore forza competitiva e della solidità finanziaria (e, aggiungiamo noi, alla faccia del principio di solidarietà tra Paesi partner, fondamento essenziale del trattato di Roma).
Per conseguire l'obiettivo della ricrescita economica (e sociale) sono pertanto necessari interventi strutturali tanto nel contenimento dei costi (spending review) quanto nell'incremento dei ricavi (Pil), attraendo risorse dall'estero e recuperando reale base occupazionale.

EU Strategy for the Adriatic and Ionian Region
EUSAIR
www.adriatic-ionian.eu

Superare le debolezze

Può un'economia debole farcela da sola? Rendiamoci conto che l'Italia da sola non può farcela, così come da soli molti altri Paesi dell'UE non possono continuare a navigare a vista senza un programma di lungo periodo. La società è per altro sempre più complessa e cosmopolita, e presenta tensioni che hanno fatto aumentare la pericolosità sociale delle nostre città.
Bisogna perciò perseguire la massima aggregazione possibile tra aree affini, tenendo presenti alcune caratteristiche di base:
aree che presentino delle caratteristiche fisiche piuttosto uniformi, paesaggistiche e climatiche;
aree dove si riscontrino caratteristiche umane uniformi, come la prevalenza di certe etnie, lingue e religioni, e tipi di insediamento affini, urbano e rurale;
aree con percorsi storici collegabili; aree con caratteristiche economiche simili, come ad esempio la prevalenza di alcune attività economiche rispetto ad altre; aree con forme di



governo affini, istituzioni politiche e amministrative democratiche compiute e riconosciute a livello internazionale.
Sono pochi i Paesi europei con struttura economica e sociale totalmente autosufficiente: gli altri devono obbligatoriamente aggregarsi, non hanno scelta.
Il concetto di Macroregione quale presa di distanza dai nuovi egoismi, risposta alla crisi del sistema istituzionale europeo e volano per l'economia. Strumento di potenziale sostegno è l'istituto della Macroregione (o Euroregione), che permette ad aree abbastanza omogenee di realizzare progetti di sviluppo calibrati a esigenze regionali e non solo a mega progetti che vengono finanziati unicamente se "graditi" a Francia e Germania.
Macroregione significa trovare soluzioni ai problemi comuni presenti in aree affini e realizzare economie di scala per rendere più efficiente la spesa pubblica, investendo razionalmente le risorse disponibili.

L'Europa delle Regioni

Fin dagli Anni Cinquanta, la grande intuizione dei Federalisti è stata la teorizzazione dell'Europa delle Regioni. La costituzione delle Macroregioni rende onore all'intuizione politica trasformandola in una realtà istituzionale che coinvolge la politica, i cittadini e le imprese presenti nei comprensori di riferimento; perché tutto questo? Semplicemente perché è nell'interesse di tutti.
Macroregione e Federalismo europeo sono due facce della stessa medaglia.
Macroregione significa più rappresentatività e autorevolezza dei territori, e conseguentemente indirizzare le risorse europee verso progetti più proponibili. In pratica, siamo all'inizio di un processo di trasformazione in senso federale della spesa pubblica.
Nel concetto di Macroregione i Paesi partecipanti realizzano alleanze e sviluppano azioni su temi concreti, che non necessariamente interessano tutto il Continente, ma che contribuiscono a migliorare le dinamiche interne fra gli Stati membri. A mero titolo di esempio, non tutti i Paesi europei hanno identiche esigenze nel comparto trasporti, ma nell'ambito marittimo i Paesi che si affacciano sull'Adriatico hanno verosimilmente sensibilità condivise e obiettivi complementari, per cui devono premere sul legislatore centrale per far ascoltare con attenzione e rispetto la qualità dei loro progetti.
Questo non significa fare confusione o avere un'azione estemporanea e caotica: significa flessibilità istituzionale e concretezza nel risolvere i problemi senza farsi condizionare da confini burocratici troppo rigidi. Questa è la vera novità: progettare e farsi ascoltare per una maggiore efficienza di gestione, attraverso economie di scala che porterebbero alla razionalizzazione dei costi di gestione a beneficio della qualità della vita dei cittadini; coordinare le priorità di otto Paesi abbastanza omogenei è meno difficile rispetto a 27 molto diversi tra loro per cultura, orografia e vocazione economica. La Macroregione Adriatico-ionica, di cui oggi la Slovenia esprime la Presidenza, è senza dubbio un'opportunità, affinché i progetti industriali abbiano un respiro ampio; è sufficiente la contestuale collaborazione di almeno tre degli otto Paesi che la compongono, ed è ragionevole attendersi puntuale ritorno nell'efficienza, nell'occupazione e nella formazione di nuove figure professionali.

Favorire la crescita

La Macroregione può ambire all'auspicato incremento medio annuo del Pil del 3 p.c. Tale risultato può essere conseguito solo se verranno presentati e avviati piani di investimenti da qui al 2024 per le varie tipologie di fondi disponibili, finalizzati: alla realizzazione e al potenziamento di imprese (anche start up) impegnate nei settori a più alta redditività potenziale; all'incremento del sistema infrastrutturale di macro area, sanando l'attuale divario quantitativo e qualitativo riscontrabile rispetto ai Paesi concorrenti; all'incremento dei consumi privati, attraverso la riduzione della pressione fiscale dei contribuenti, siano essi lavoratori dipendenti, pensionati e lavoratori autonomi; alla semplificazione delle normative fiscali per le aziende, fornendo certezza in merito alla totale detraibilità dei costi inerenti; alla realizzazione di nuove scuole, ivi compresi gli asili nido e le materne; alla collaborazione tra le Università, che dovranno impegnarsi nei programmi formativi di alto profilo per i giovani che legittimamente vorranno maturare esperienze in più Paesi dell'ambito macroregionale.
A questo proposito immaginiamo giovani italiani, croati o montenegrini, intenti a collaborare su iniziative industriali, o agro industriali, o bio industriali, impegnati in percorsi altamente formativi; acquisita la dovuta competenza, potranno a loro volta trasmettere senza egoismi le conoscenze acquisite ad altri giovani, creando i presupposti di nuove figure professionali.
Conseguenze: clima sociale più favorevole e più equa distribuzione della ricchezza.

Dialogo italo-croato

L'Italia è il più grande Paese della Macroregione ed è il primo partner commerciale della Croazia; la Croazia è pertanto una delle occasioni per valorizzare le esperienze positive ed evitare di replicare le negative, rendendoci subito appetibili per gli investimenti esteri extraregionali. In sintesi Italia e Croazia insieme devono ignorare gli egoismi concorrenziali tra partner, facendo "massa critica" per aggregare in un unicum il meglio di ciascun componente.
Produttività, efficienza, flessibilità devono necessariamente rappresentare le coordinate di riferimento per l'azione dell'amministrazione pubblica, per il sistema produttivo e per il comportamento sociale. La produttività deve essere l'obiettivo da conseguire, l'efficienza deve essere il modo per conseguirlo, la flessibilità deve essere il metodo ordinario, e non eccezionale, di svolgimento del lavoro. Ma attenzione, tutto ciò sarà possibile solo se gli otto Paesi avranno la determinazione di operare in ambiti economici omogenei, cogliendo l'opportunità della diversità come somma di ricchezze, e del principio istituzionale di solidarietà fra Paesi, ergo fra cittadini, come valore.

senior partner di jurisconsulta - cultura d'impresa

IL BANCOMAT INCONTRA IL FRANCHISING

PROGETTI

LA SOCIETÀ MONESTIQ DI ABBAZIA PROPONE UN MODELLO NUOVO IN EUROPA

Grazie alla Monestiq di Abbazia ora chiunque può possedere un bancomat. La Monestiq ha creato la prima licenza franchising per ATM in Europa. Si tratta di una soluzione finanziario-tecnologica che concentra tutti i protocolli e i diritti per la proceduralizzazione delle transazioni, connettendo i bancomat con i provider di carte di pagamento quali Visa e MasterCard. In questo modo i bancomat possono fare ciò per cui sono stati ideati: accettare cartine e versare denaro. Contemporaneamente, agli imprenditori è stata data la possibilità di diventare proprietari di uno o più apparecchi bancomat, ed entrare così a far parte dell'esclusiva cerchia di fornitori di servizi finanziari.
"La potremmo definire una sorta d'innovazione dirompente (disruptive innovation) del settore finanziario, ovvero un processo di democraticizzazione di un'attività che in Croazia sta conoscendo un trend di crescita repentina. Tra il 2014 e il 2019 il numero dei bancomat in Croazia è lievitato di oltre il 60 p.c. Ci attendiamo che con la licenza Monestiq questo numero continuerà ad aumentare", ha dichiarato il direttore della Monestiq, Ivan Dušević, definendo la medesima un punto d'incontro tra le competenze e l'esperienza di uno dei maggiori operatori croati di sistemi di bancomat con soluzioni software innovative. Dušević ha maturato una grande esperienza lavorando per alcune delle compagnie leader e livello internazionale nella sfera delle consulenze. Ora ha deciso di sfruttare le sue competenze per trasformare il settore finanziario in Croazia. Ha rilevato che quest'anno la Monestiq inizierà la scalata del mercato croato, con l'ambizione di espandersi successivamente in tutta l'Europa. Nel "Vecchio continente" non esistono prodotti paragonabili e la Monestiq sostiene di essere già stata contattata da potenziali investitori interessati ad acquisire i diritti per questa franchising per il mercato ungherese e tedesco. In definitiva l'obiettivo della Monestiq consiste nel creare la più grande rete di ATM a livello europeo.
"Il maggiore vantaggio di questa licenza consiste nella sua semplicità. Per l'affiliato gli oneri si limitano all'acquisto delle casse bancarie automatiche e al reperimento degli spazi nei quali sistemare le medesime. Di tutto il resto ci occupiamo noi. Ciò include il rifornimento dei terminal bancomat con il denaro, la loro assicurazione e manutenzione, come pure la processualizzazione delle transazioni. In parole povere il ruolo della Monestiq consiste nel fare da intermediario tra i piccoli imprenditori e i titani dell'industria finanziaria, ovvero le compagnie che gestiscono le cartine, ad esempio Visa e MasterCard, che rappresentano il cardine dei circuiti di pagamento. Uniamo i proprietari dei locali, dei negozi o di altri vani d'affari con i complessi schemi del mondo delle cartine, consentendo loro di gestire i propri bancomat", ha dichiarato Dušević.
Sin dalla sua fondazione la Monestiq è stata pensata come una franchising. Nello sviluppo della medesima è stato coinvolto l'imprenditore fiumano Andrija Čolak, titolare della Surf'n'Fries, considerato il più noto marchio franchising croato.
"Tutto questo è molto emozionante. In Croazia si sta creando un brand dal potenziale incredibile e contraddistinto dal cosiddetto semi absentee, un modello di franchising particolare in quanto può generare per il licenziatario una fonte d'introiti passiva a fronte di un investimento minimo, quasi nullo. Questo tipo di franchising è molto raro sul mercato e di conseguenza sono convinto nel potenziale della Monestiq non solo in Croazia, ma anche all'estero.", ha dichiarato Čolak parlando a nome della Colak Franchise Consulting Gruoup. (vp)

Eccellenza dei marchi italiani La delega va a Renzo Rosso

Il fondatore del marchio Diesel è stato scelto dal presidente di Confindustria, Carlo Bonomi

Il presidente di Confindustria, Carlo Bonomi, ha nominato Renzo Rosso, fondatore e presidente del Gruppo Otb, Delegato dell'Associazione per eccellenza, bellezza e gusto dei marchi italiani. La delega a Renzo Rosso si aggiunge a quelle già affidate dal Presidente Bonomi lo scorso giugno a Gianfelice Rocca come Advisor per le Life Sciences, Stefan Pan come Delegato per l'Europa e Aurelio Regina per l'Energia.
"L'industria italiana è riconosciuta in tutto il mondo per le sue caratteristiche d'eccellenza in termini di design, cura, qualità dei materiali e delle lavorazioni. Un'immagine delle nostre produzioni – afferma il Presidente di Confindustria Carlo Bonomi – che alimenta e veicola allo stesso tempo l'amore per l'Italia e l'attrattività del Paese. Sono fiero di poter contare sull'energia e il pragmatismo di Renzo Rosso che, con la sua storia imprenditoriale di assoluto successo e prestigio internazionale, sarà un valido ambasciatore dei marchi italiani e offrirà un contributo significativo alle scelte strategiche e non più rinviabili che tutti noi siamo chiamati a prendere per il rilancio dell'economia italiana, in Europa e nel mondo".
"Il Made in Italy è un asset fondamentale del Paese – dichiara Renzo Rosso – e chi le dà valore sono le tante realtà imprenditoriali che portano avanti una tradizione unica e irripetibile. Ringrazio il Presidente Bonomi per la fiducia, sono pronto a dare il mio contributo e la mia esperienza, e conto sul supporto dei tanti marchi di prestigio italiani".
Rosso, fondatore nel 1978 del marchio Diesel, è oggi presidente del gruppo internazionale di moda Otb, nato nel 2002 e con sede a Breganze (Vicenza), a cui fanno capo, oltre a Diesel, Maison Margiela, Marni, Jil Sander, Viktor&Rolf, Staff International, Brave Kid. Il gruppo detiene anche una partecipazione di minoranza nel marchio Amiri. Nel 2008, Rosso ha istituito OTB Foundation, la onlus del gruppo che si occupa di progetti per contrastare le disuguaglianze sociali e per contribuire allo sviluppo sostenibile di persone e aree meno avvantaggiate in Italia e nel mondo.

ATTUALITA

IL TRATTAMENTO INNOVATIVO ENTRA ANCHE NELL'OFFERTA DELLA VARTEKS

VIRALOFF. TESSUTI COVID-FREE

Al bando i virus dai tessuti grazie a ViralOff, l'innovativo trattamento frutto dell'accordo di partnership concluso da Marzotto Group con Polygiene, uno dei maggiori leader del settore biomedicale, già fornitore di trattamenti per mascherine e camici. Sviluppato da Polygiene contro Influenza A BirdFlu, Norovirus e Sars, è stato modificato e adattato al nuovo ceppo Covid-19 e permette di ridurre in brevissimo tempo oltre il 99 per cento dei virus che potrebbero appoggiarsi sulla superficie del tessuto. Le prestazioni del prodotto sono garantite e testate ai sensi della norma ISO18184:2019. La collaborazione ha permesso di adattare il trattamento antivirale, ViralOff, per l'utilizzo su tessuti prodotti con fibre naturali, come lana, lino e cotone.

Protezione e cura

"Abbiamo già testato ViralOff su alcuni tessuti con diverse composizioni e siamo molto contenti del risultato ottenuto – è il commento di Giorgio Todesco, Ceo di Marzotto Wool Manufacturing –. Stiamo continuando le sperimentazioni per garantire la resistenza del trattamento anche dopo molteplici lavaggi sia ad acqua che a secco". "Il comportamento d'acquisto dei consumatori è cambiato e la domanda di abbigliamento con trattamento per la protezione antibatterica e antivirale sta crescendo – aggiunge Ulrika Bjàrk, Ceo di Polygiene –. Oggi, alcuni Paesi richiedono che i vestiti siano sanificati dopo essere stati provati nei negozi. Inoltre, sappiamo che anche i consumatori sono molto cauti quando fanno shopping. ViralOff protegge i capi d'abbigliamento, riduce la necessità di lavarli e prolunga la durata degli stessi". Il trattamento anti-virale sarà utilizzato da tutte le divisioni di Marzotto Group: Marzotto Fabrics, Guabello, Fratelli Tallia di Delfino, Marlane, Estethia/G.B.Conte, Opera Piemontese, Redaelli, Tessuti di Sondrio, Lanerossi, Linificio e Canapificio Nazionale e Nuova Tessil Brenta.

Particolare e innovativo

Grazie a una collaborazione con il Gruppo Marzotto abiti da uomo realizzati con tessuti trattati con ViralOff si trovano anche nell'offerta della Varteks. "Nonostante a prima vista non presenti alcuna differenza rispetto agli altri modelli l'abito da uomo realizzato con il tessuto trattato è particolare, innovativo e diverso; è realizzato con un tessuto Marzotto di pura lana vergine trattato con ViralOff", fanno sapere dalla Varteks, evidenziando che si tratta dell'unico modello di abito maschile sottoposto a un trattamento che garantisce l'eliminazione del virus dalla superficie del tessuto.

Molteplici vantaggi

"I vantaggi sono molteplici – fanno presente dalla società di Varaždin –. ViralOff non garantisce soltanto una protezione dal virus, come confermato dallo standard ISO e dal certificato Oeko-tex, bensì rappresenta anche una barriera disinfettante che limita l'usura del tessuto. Il trattamento viene apposto sul tessuto realizzato in fibre naturali (lana, cotone o lino). Il principio attivo del trattamento non presenta rischi a contatto con la pelle, è ipoallergenico ed è sicuro per adulti, bambini e animali domestici." Onde assicurare la massima efficacia del trattamento ViralOff è suggerito il lavaggio a secco dei capi trattati. Dalla Varteks sottolineano che ViralOff è efficace soltanto sui virus depositati sul tessuto (ne elimina il 99 p.c. entro 2 ore), ma non è un presidio che garantisce la piena tutela dal virus e pertanto invita al massimo rispetto delle misure epidemiologiche antiCovid. (fm)

Moda sostenibile Gap tra dire e fare

Un tempo riparare un capo danneggiato o passare di figlio in figlio gli abiti man mano che crescevano era una normalità. Oggi questo accade decisamente meno sebbene a parole ci diciamo attenti alla sostenibilità, più vicini ad aziende impegnate nel rispetto dell'ambiente. Ora Zalando, piattaforma di vendita online per la moda e il lifestyle, ha misurato il gap che esiste tra intenzioni e comportamenti d'acquisto in fatto di moda sostenibile attraverso un report "It takes two: how the industry and consumers can close the sustainability 'attitude-behavior gap' in fashion". In sostanza questo rapporto testimonia la distanza tra il dire e il fare quando si parla di acquisti green nel settore abbigliamento, una distanza che può essere colmata con un rinnovato impegno delle aziende ma anche dei consumatori.
Consumatori, specie quelli più giovani, che a parole sono super sostenibili. Più del 90 p.c. dei consumatori della Generazione Z (di età compresa tra 18 e 24 anni), infatti, afferma che le aziende hanno la responsabilità di proteggere l'ambiente e avere un impatto sociale positivo. Molti di loro desiderano che le proprie decisioni in materia di moda riflettano i propri valori, inclusi gli acquisti di seconda mano, il riciclo e la riparazione. Dal report emerge inoltre che i due terzi dei consumatori di moda, a livello europeo, ritengono che la sostenibilità sia diventata più importante per loro dall'inizio della crisi e una percentuale simile si sentirebbe propensa a "boicottare" un brand che non riesce a fare la sua parte in termini di protezione del Pianeta.
La trasparenza diventa un valore sempre più rilevante: in media il 60 p.c. dei consumatori ritiene, infatti, che la trasparenza da parte dei brand sia importante anche in termini di miglioramenti a lungo termine. Gli italiani, in particolare, si posizionano ben oltre la media, al 71 p.c., seguiti dai francesi (62 p.c.), tedeschi (57 p.c.) e svedesi e britannici (entrambi 55 p.c.). Tuttavia, pochi hanno abbracciato il concetto di circolarità: solo il 23 p.c. ripara i propri vestiti e solo il 25 p.c. acquista regolarmente articoli di seconda mano. Ed è qui che si crea il gap, perchè alla fine molti consumatori fanno fatica a trasformare le proprie priorità di sostenibilità in decisioni di acquisto.

LA POSTA VIAGGIA SU E-SCOOTER MADE IN ITALY

IMPRESE

L'ACCORDO PREVEDE LA FORNITURA E IL SERVIZIO D'ASSISTENZA

La posta in Croazia verrà consegnata con scooter elettrici Made in Italy. L'accordo siglato tra la Posta croata (Hrvatska pošta) e Askoll EVA prevede la sostituzione dei modelli attualmente in uso con, inizialmente 26, e-scooter eSpro45 K2 e un servizio d'assistenza per un periodo di 25 mesi. La scelta è ricaduta sulla società vicentina attiva nel mercato della mobilità sostenibile Askoll EVA per la qualità dei modelli studiati specificamente per questo tipo di esigenze e per il valido servizio d'assistenza offerto in tutto il territorio croato. Prodotti in Italia, gli scooter eSpro45 K2 garantiscono, infatti, prestazioni ottimali in caso di trasporto di carichi elevati e su percorsi che prevedono salite e discese. La seduta ergonomica e pneumatici con doppia mescola garantiscono la massima sicurezza e comodità. Le batterie Askoll si possono ricaricare direttamente dallo scooter o estraendole dal vano sottosella per collegarle al caricabatteria. Con un secondo kit di batterie il motociclo non si ferma praticamente mai.

Nuove opportunità

"Siamo indubbiamente soddisfatti di esserci aggiudicati quest'ulteriore commessa internazionale che riteniamo strategica, visto che Hrvatska Pošta rappresenta un'ottima opportunità di sviluppo della flotta nei prossimi anni oltre che di visibilità per il nostro brand in questo Paese, consentendoci di essere apprezzati da un numero crescente di aziende e consumatori croati – afferma Gian Franco Nanni, amministratore delegato di Askoll EVA –. Quest'accordo, insieme a quelli siglati recentemente con Pošta Slovenije, Veloce e Runner Pizza, rappresenta un segnale importante delle nuove opportunità che Askoll EVA può cogliere nel mercato del delivery professionale. Per rafforzare la nostra offerta in questo segmento stiamo lavorando a nuovi modelli e sui sistemi di connettività per fornire ai nostri clienti veicoli tecnologicamente sempre più avanzati. Voglio infine ricordare che il mese scorso è stata lanciata la nuova piattaforma e-commerce di Askoll EVA, che va a integrare l'attuale rete distributiva composta da circa 170 punti vendita in Italia e circa 80 sui principali mercati europei oltre a UK, Svizzera, Israele, dove è presente un'area totalmente dedicata al mondo Professional con tutta la nostra gamma di scooter elettrici pensati per l'uso professionale".

La società vicentina

Askoll Eva ha una rete distributiva composta da circa 170 punti vendita in Italia e una ottantina sui principali mercati europei oltre che in Israele ed è parte di Askoll Group che ha sei stabilimenti in Italia e all'estero (in Brasile, Cina, Messico, Romania e Slovacchia). Il gruppo ha sede a Povolaro di Dueville, in provincia di Vicenza ed è stato fondato da Elio Marioni che, nel 1978, dopo aver lavorato per anni in una società della famiglia Zoppas, decide di mettersi in proprio commercializzando la sua prima produzione: un piccolo termostato da inserire nelle vasche degli acquari. Da allora la Askoll passa a realizzare motori per acquari e si specializza poi anche nella produzione di acquari e terrari dedicati, diventando uno dei marchi di punta del Made in Italy del settore. In seguito l'azienda vicentina si dedica al mercato della componentistica per elettrodomestici fornendo pompe e motori a produttori di tutto il mondo per poi arrivare, nel 2013, ad avviare la produzione di mezzi di trasporto ad alimentazione elettrica, dedicata alle prime isole pedonali che si stavano sviluppando in tutto il mondo, mettendo sul mercato così i primi e-scooter delle società di sharing. Nel 2015 comincia la produzione delle biciclette elettriche e, contemporaneamente, aprono gli Askollstore in Italia per passare poi all'estero partendo, dal 2016, da un flagship-store a Parigi.

Visa registra un miliardo di transazioni in più

Consumatori ed esercenti scelgono il «touch-free»

Visa ha annunciato di aver processato un miliardo di pagamenti contactless aggiuntivi, laddove prima sarebbe stato necessario inserire il PIN, grazie a una maggiore fiducia dei consumatori verso i pagamenti touch free. Quest'importante traguardo è stato raggiunto in meno di un anno, da quando 29 Paesi in tutta Europa hanno aumentato la soglia dei pagamenti contactless in risposta alla pandemia da Covid-19.
Tra i trend chiave durante la pandemia, informa una nota, si registra la crescita dei pagamenti contactless che sono passati dall'essere una comodità a una necessità sia per i consumatori che per gli esercenti. Una ricerca effettuata da Visa mostra come due terzi (65 p.c.) dei consumatori a livello mondiale preferirebbe utilizzare i pagamenti contactless tanto quanto, o più, di quanto fa abitualmente.

Aspettando la ripresa

Charlotte Hogg, Chief Executive Officer Europe di Visa, ha detto: "La domanda di pagamenti touch-free indica che il contactless è diventato per consumatori ed esercenti europei la nuova normalità. I pagamenti contactless sono diventati popolari perché combinano velocità e convenienza con la sicurezza. Infatti, le carte contactless possiedono il tasso di frode più basso di qualsiasi altra tipologia di pagamento e nei Paesi in cui i pagamenti contactless vengono più utilizzati, le frodi nei punti vendita sono ai minimi storici". "Il traguardo raggiunto dimostra che consumatori ed esercenti si affidano ora alle soluzioni digitali per i loro pagamenti quotidiani. L'abilitazione di pagamenti contactless – prosegue – sarà la chiave della ripresa economica in Europa e anche se l'innalzamento della soglia contactless non rivitalizzerà da solo l'economia europea, sarà un passo nella giusta direzione, dal momento che darà ai consumatori fiducia nello spendere, e fornirà a negozi, ristoranti e altri retailer una spinta proprio nel momento in cui ne hanno più bisogno".

Domanda crescente

La domanda crescente di transazioni contactless è evidente in tutta Europa, con oltre l'80 p.c. dei pagamenti Visa all'interno dei negozi attualmente contactless. In Francia e Germania, il numero di transazioni contactless è aumentato rispettivamente di due terzi e di quasi la metà rispetto all'anno precedente. Del miliardo di transazioni, 400 milioni hanno avuto luogo nel Regno Unito, e ci si può aspettare un'ulteriore crescita a seguito dell'annuncio dell'innalzamento della soglia dei pagamenti contactless a 100 sterline entro fine anno.

L'e-commerce

Anche la popolarità dell'e-commerce sta aumentando in tutta Europa, dove oltre 15 Paesi hanno registrato una crescita del 40 p.c. o più delle transazioni e-commerce a dicembre 2020 rispetto all'anno precedente. Dato che molte imprese sono tenute a operare sottostando a misure restrittive e a tenere il passo con il cambio di comportamento dei consumatori, gli esercenti si stanno sempre più spostando verso le operazioni online e stanno sempre più adottando i pagamenti digitali e contactless. Visa lavora a stretto contatto con clienti e partner per abilitare digitalmente oltre otto milioni di piccole imprese in tutta Europa, supportandole nella transizione per consentire ai loro clienti di effettuare acquisti nel modo in cui desiderano. Il contactless è uno dei metodi di pagamento più popolari e sicuri per i clienti Visa e sarà cruciale per la ripresa economica in Europa nel momento in cui le restrizioni decadranno e i negozi riapriranno.

la Voce in più
Anno 17 / n. 383 / giovedì, 29 aprile 2021
IN PIÙ Supplementi è a cura di **Errol Superina**
inpiueconomia@edit.hr
Edizione **ECONOMIA & FINANZA**
Caporedattore responsabile **Christiana Babić**
Redattore esecutivo **Christiana Babić**
Impaginazione **Vanja Dubravčić**
Collaboratori **Mauro Bernes, Flavio Mais, Valentino Pizzulin e Francesca Mary**
Foto **Roni Brmalj, Pixsell, Reuters, Shutterstock e archivio**