

# uomini & imprese

Novembre 2016

Gli uomini che fanno le imprese

da  
one ball o  
paese

Il futuro ha radici lontane

# Driven by customers Designed by Metal Work



## EB 80





# THIS IS PARKER

*La sfida*

*Trovare energie  
sicure ed efficienti*

Parker aiuta i propri partner a ridurre i tempi di fermo macchina, ad aumentare la produttività e a proteggere l'ambiente. Tutto ciò riflette l'impegno di Parker per incrementare la redditività dei propri clienti e per permettergli di risolvere le più grandi sfide ingegneristiche del mondo.

[parker.com/it](http://parker.com/it)



ENGINEERING YOUR SUCCESS.

# HYDAC



**G**arantiamo il pieno supporto per le vostre applicazioni con soluzioni standard e customizzate in ogni settore dell'azionamento oleodinamico

Follow us on:    

Impiantistica Oleodinamica  
Fluid Management  
Condition Monitoring  
Filtrazione  
Sistemi di Raffreddamento  
Elettronica di Misura e Controllo  
Pompaggio  
Accumulatori Idraulici  
Compact Hydraulic  
Accessori

HYDAC

# HYDAC

HYDAC

HYDAC

HYDAC

Camozzi Group.  
Ogni vostra aspirazione è una nostra missione.

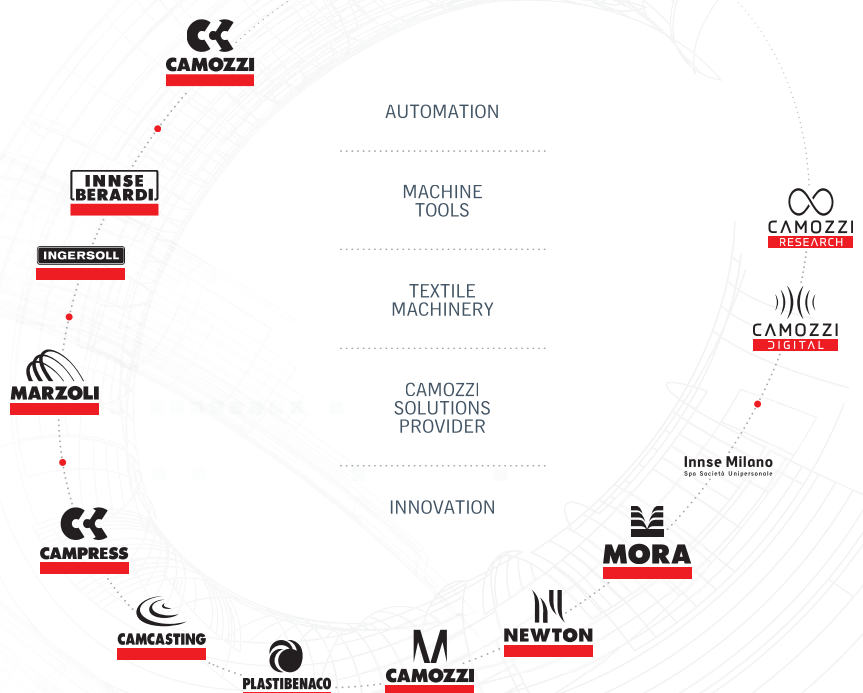


MIX COMUNICAZIONE - MI



Il Gruppo Camozzi è una realtà presente in tutto il mondo ed è composta da aziende leader nel proprio settore industriale. Le aziende del Gruppo, specializzate e differenziate a livello tecnico e produttivo, presentano sinergie finanziarie, commerciali, logistiche ed organizzative derivate da una strategia comune basata sull'efficienza e l'innovazione, con una visione orientata alla soddisfazione dei clienti.

- > 5 Divisioni Operative
- > 17 Stabilimenti produttivi
- > 75 Paesi nel mondo
- > 2400 Dipendenti



The Camozzi Group.  
A dynamic worldwide presence.



 **AIGNEP**

EXCELLENT SOLUTIONS  
IN FLUIDTECHNOLOGY

[WWW.AIGNEP.COM](http://WWW.AIGNEP.COM)

ALCUNI CONTROLLANO IL FLUIDO CON LA MAGIA  
AIGNEP LO FA CON LA TECNOLOGIA

# EDITORIALE

luca.rossi@fieramilanomedia.it

@lurossi\_71

## Il 2017 sarà l'anno del manifatturiero

Il prossimo anno potrebbe rappresentare una occasione cruciale per rilancio dell'industria manifatturiera del nostro Paese.

Nella Legge di Bilancio il Governo ha recepito il Piano Nazionale Industria 4.0 con una strategia di investimenti pubblico-privato pari a 13 milioni di euro che si basa fondamentalmente su una attenzione particolare agli stimoli in ricerca, innovazione e formazione da un lato e sulla detassazione agli investimenti in beni strumentali e in tecnologie abilitanti attraverso l'introduzione di un iperammortamento.

Dal 2017, inoltre, andrà in scena anche un nuovo Piano per il Made in Italy messo a punto dal Ministero dello Sviluppo Economico. Tre i capisaldi sui quali si articolerà questo intervento: offensiva verso i mercati asiatici, spinta sull'e-commerce e maggiore sostegno ai beni strumentali. Le iniziative saranno supportate da 203 milioni di euro di investimenti. Nello specifico, si punterà su ventotto Paesi, otto dei quali in Asia. Alle iniziative rivolte proprio all'Oriente è stato allocato un budget di 31,6 milioni di euro, che si affiancheranno al potenziamento di quelle già in atto verso gli USA e l'Unione Europea. Il piano prevede anche interventi verso la Russia dove l'export italiano è calato di ben il 31% nel solo biennio 2013-2015. Il Piano per il Made in Italy per il 2017 sarà focalizzato prioritariamente con iniziative a supporto dei settori della meccanica e delle tecnologie industriali, cui saranno destinati 37,6 milioni di euro.

Il 2017 deve essere quindi inevitabilmente l'anno del manifatturiero. Con questi due massicci interventi da un lato potremmo finalmente avvicinarci a un Sistema Paese più strutturato e dall'altro garantire un sostegno decisivo al manifatturiero con una previsione di aumento del 3,9% nell'export per i prossimi tre anni.

## 2017 will be the year of the manufacturer

*The coming year could represent a crucial opportunity to relaunch the Italy's manufacturing industry.*

*In the budget bill, the government responded to the National Industry Plan 4.0 with a public-private investment strategy of 13 million Euro, focused specifically on stimulating research, innovation and training on the one hand, and on tax exemption for investment in capital goods and in enabling technologies through the introduction of hyper-depreciation.*

*Moreover, starting in 2017 there will also be enacted a new plan for Made in Italy, drawn up by the Ministry of Economic Development. The three cornerstones on which the plan will be based: a push towards Asian markets, a boost for e-commerce and increased support for capital goods. The initiatives will be supported by investments of 203 million Euro. Specifically, the focus will be on 28 countries, eight of them in Asia. For these initiatives targeted at the East, a budget of 31.6 million Euro has been allocated, which will operate alongside the initiatives already underway for the US and the EU. The plan also includes measures for Russia, where Italian exports fell by a whopping 31% in just two years from 2013 to 2015. The 2017 plan for Made in Italy will focus primarily on initiatives to support the fields of mechanics and industrial technologies, to which 37.6 million Euro will be allocated.*

*2017 must therefore inevitably be the year of the manufacturer. With these two massive interventions, we may finally get closer to a more structured national economy on the one hand, while ensuring on the other decisive support to manufacturing, with a forecast of a 3.9% increase in exports for the next three years.*



# Alluminio con Tecnologia

PRODUZIONE DI ESTRUSI E TRAFILATI IN LEGHE DI ALLUMINIO

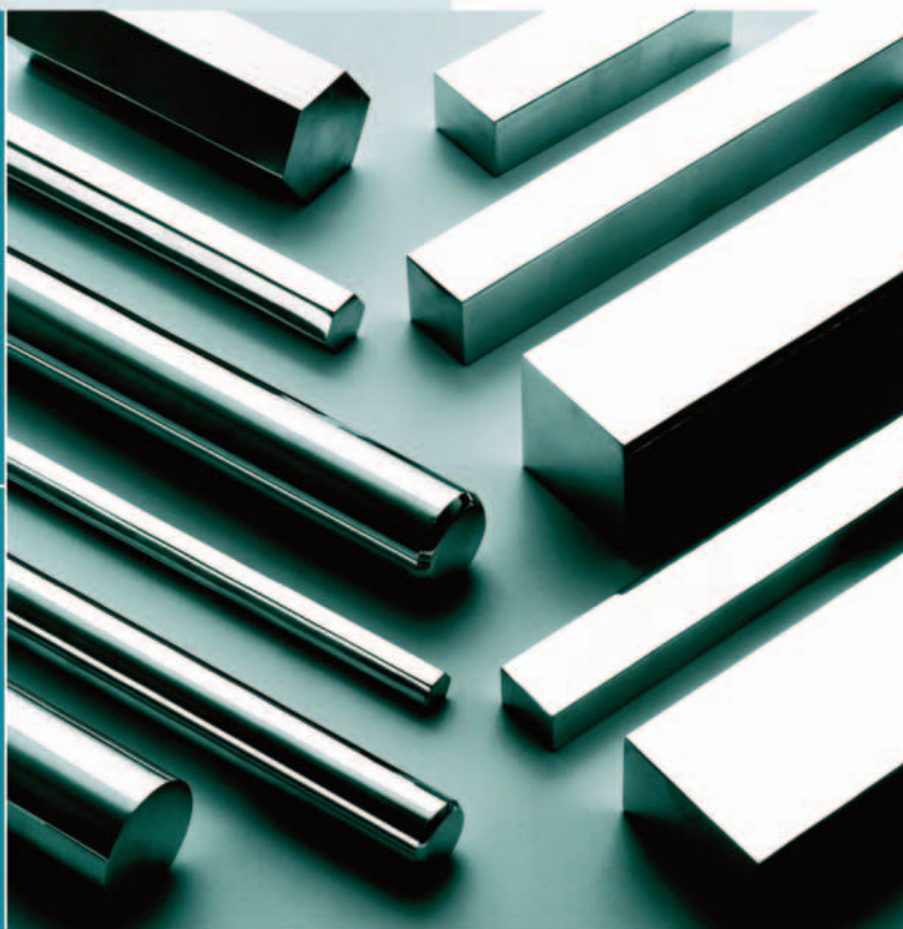
# EURAL

GNUTTI S.p.A.



- BARRE TRAFILATE  
IN LEGHE  
PER LAVORAZIONI  
MECCANICHE AD  
ALTA VELOCITÀ

- BARRE ESTRUSE  
IN LEGHE  
PER STAMPAGGIO  
A CALDO



- PROFILATI SPECIALI  
CALBRATI  
PER APPLICAZIONI  
PNEUMATICHE E  
OLEODINAMICHE

- PROFILATI A DISEGNO  
PER APPLICAZIONI  
INDUSTRIALI

- TUBI ESTRUSI



**EURAL GNUTTI S.p.A.**

Via S. Andrea, 3  
25038 Rovato (Brescia) Italy  
Phone + 39 030 7725011  
E-mail: [eural@eural.com](mailto:eural@eural.com)  
[www.eural.com](http://www.eural.com)

**Vendita barre**  
Fax + 39 030 7702847  
[bars@eural.com](mailto:bars@eural.com)

**Vendita profilati**  
Fax + 39 030 7701228  
[sections@eural.com](mailto:sections@eural.com)

**Amministrazione**  
Fax + 39 030 7702837  
[accounts@eural.com](mailto:accounts@eural.com)

**Fonderia**  
Fax + 39 030 9930036  
[foundry@eural.com](mailto:foundry@eural.com)



# SOMMARIO

## Editoriale

- 7 **Il 2017 sarà l'anno del manifatturiero**  
*di Luca Rossi*

## Intervista

- 12 **Un ponte per l'Europa**  
*di Antonella Pellegrini*
- 16 **"Made in Italy un brand? Terzo al mondo"**  
*di Luca Rossi*
- 20 **Gli effetti del ciclone Donald**  
*di Valentina Sorci*
- 24 **Meccanica italiana protagonista nel nuovo player mondiale**  
*di Luca Rossi*

## Focus Confindustria Giovani

- 30 **La tradizione diventa 'social'**  
*di Antonella Pellegrini*
- 34 **Parole, immagini... e pixel**  
*di Antonella Pellegrini*

## Inchiesta

- 40 **Verso un'Italia 4.0**  
*di Alberto Giordano*
- 44 **Tassazione alle imprese: l'Italia batte tutti (in negativo)**  
*di Alberto Giordano*
- 48 **Porte aperte ai giovani!**  
*di Stefano Belviolandi*
- 52 **Imprese italiane tra le meno puntuali nei pagamenti**  
*di Renato Castagnetti*
- 56 **Il finanziamento arriva dal web**  
*di Alberto Giordano*
- 60 **Industria 4.0 in tutta sicurezza**  
*di Francesca Prandi*
- 64 **Norme e provvedimenti legislativi**  
*a cura di Ispro*



**FIERA MILANO  
MEDIA**

**Sede legale** - Piazzale Carlo Magno, 1 - 20149  
Milano

**Sede operativa ed amministrativa:** SS. del  
Sempione 28 - 20017 Rho (MI)  
tel. +39 02 4997.1 - fax +39 02 49976573

**Direzione**

**Redazione**

**Grafica e Fotolito**

**Stampa**

**Pubblicità**

**Gianna La Rana** Presidente

**Antonio Greco** Amministratore Delegato

**Antonio Greco** Direttore Responsabile

**Luca Rossi** Coordinamento Editoriale

**Gabriele Peloso**

**Daniele Pascucci**

**Antonella Pellegrini**

**Emmegi Group** Milano

**Faenza Group** Faenza (Ra) - Produzione

**Giuseppe De Gasperis** Sales Manager

giuseppe.degasperis@fieramilanomedia.it - tel. +39 02 49976.527 - fax +39 02 49976.570

Copertina a cura di

**Autore:** Dany Vescovi,  
docente corso di cromatologia  
presso Accademia di belle Arti di Brera  
www.danyvescovi.com

# PNEUMAX ECCELLENZA ITALIANA

*Qualità*

*Innovazione*

*Affidabilità*



Filtro-riduttore, serie Steel Line.



DA 40 ANNI, TECNOLOGIA & INNOVAZIONE NELL'AUTOMAZIONE PNEUMATICA

IL VALORE DEL MADE IN ITALY



WWW.PNEUMAXSPA.COM



**VUOTOTECNICA®**

[www.vuototecnica.net](http://www.vuototecnica.net)

Your vacuum solutions catalogue

liberaadv.com



**TANTI FORNITORI,  
UN SOLO PARTNER!**

*Industria grafica:  
le nostre soluzioni*



**Pompe pneumatiche aspiranti e soffianti PA e PS.**  
Sostituiscono le tradizionali pompe elettriche a palette rotative aspiranti e prementi.  
Garantiscono l'80% in meno di rumorosità e non producono calore per un ambiente di lavoro più pulito e silenzioso.  
La manutenzione è limitata alla sola pulizia dei filtri e con peso e dimensioni molto ridotti, possono essere assemblate direttamente su: mettifogli, frenafogli, brossatrici, piegatrici, incollatrici.  
Ritorno economico garantito sull'investimento e garanzia di 5 anni.



# Un ponte per l'Europa

Con Cecilia Malmström, European Commissioner for Trade, abbiamo fatto il punto sullo stato della politica commerciale europea, alla luce dei risultati delle elezioni presidenziali americane, dei rapporti con i Paesi emergenti, considerando i timori dei consumatori e delle imprese, e allo stesso tempo la loro necessità di crescere attraverso i nuovi mercati

di Antonella Pellegrini

**I**l commercio internazionale sta vivendo un momento difficile: timori verso le economie emergenti, pressioni affinché i Governi europei proteggano maggiormente le proprie economie. Ma le grandi paure dell'Europa sono la Brexit, Trump e la Cina. Di questi argomenti, ma anche dei vari trattati, come il quello appena siglato in Ecuador, abbiamo parlato con Cecilia Malmström, European Commissioner for Trade, che ci ha illustrato la politica commerciale europea, il 'Trade For all' la strategia messa a punto dalla

Commissione Europea, per un commercio aperto ma rispettoso dei principi europei.

**Commissaria, facciamo il punto sulla politica commerciale europea? I cittadini e le imprese mostrano qualche perplessità per quanto riguarda i nuovi accordi commerciali...**

"Io credo nei benefici del commercio: benefici economici, che portano maggiore prosperità e posti di lavoro; benefici sociali, che derivano dall'entrare in contatto con culture diverse, allargando in tal mo-

do i propri orizzonti. Il commercio, a mio avviso, unisce le persone, ed è una forza formidabile per i prodotti. Alcuni non la pensano così e temono che altri Paesi possano trarre vantaggio della nostra apertura ai mercati; ritengono altresì che non siamo in grado di difenderci. Guardano il bicchiere mezzo vuoto anziché l'intero quadro. Pensano che gli accordi commerciali possano minare i nostri prodotti, il diritto dei governi ad autoregolamentarsi, mostrano diffidenza nei confronti del processo di globalizzazione, talvolta frain-



tendendo questo processo come qualcosa cui dobbiamo sottostare, piuttosto che creare e plasmare.

Talvolta affermano che tali processi di libero scambio siano solo per pochi; per le grandi imprese piuttosto che per il piccolo commerciante locale o il cittadino comune. Ho recentemente affermato che la politica commerciale europea si trova oggi a un crocevia: proprio perché esistono quelle preoccupazioni. Ma se si crede - come del resto io credo fermamente - nei benefici del libero scambio, se si ritiene che il commercio possa essere per tutti - o dovrebbe essere per tutti - allora non dovremmo ignorare queste preoccupazioni, ma ascoltarle e replicare in modo proattivo”.

**La Commissione Europea ha messo a punto un strategia precisa. Ce ne parla?**

“Trade for all è il nome della strategia che la Commissione Europea ha pubblicato poco più di un anno fa. Si basa su tre principi fondamentali su come la politica commerciale dovrebbe muoversi: efficacia, trasparenza e rispetto dei valori.

Innanzitutto, dovrebbe essere efficace e portare benefici economici. Mentre il manifatturiero deve rimanere un pilastro, i servizi stanno assumendo un ruolo sempre più significativo nel commercio

mondiale. E sia i beni sia i servizi vengono venduti online, attraverso Internet e come parte di una catena di valore sempre più complessa. Per continuare a essere di impatto, la politica commerciale ha bisogno di rispondere a queste necessità. E non sarà di certo un taglio netto ai prezzi o alle tariffe a soddisfare le esigenze di un'economia moderna, dinamica in Europa. Dobbiamo riconoscere tutti gli impatti che stiamo vedendo nella società sia negativi che positivi. Molti di questi cambiamenti sono dovuti alla evoluzione della tecnologia. Ma dobbiamo riconoscere l'impatto sociale della globalizzazione; dovremmo aiutare le persone ad adattarsi ad esso, e a gestirle attivamente il cambiamento sociale. Significa investire in istruzione, formazione professionale e aiutare le persone ad affacciarsi alle nuove tecnologie. Qui i governi nazionali giocano un ruolo fondamentale e devono fare la loro parte.

Poi è necessario che vi sia trasparenza, soprattutto per quanto riguarda i contratti commerciali.

Se le persone sono informate possono essere rassicurate che stiamo negoziando per loro conto; che questa non è una cabala segreta ma una trattativa per i loro interessi.

Per quanto riguarda il TTIP, per esempio,

## Bridging Europe

*International trade is undergoing a difficult period, with fears of emerging economies resulting in a stronger inclination to protect one's own economy. The biggest European fears are Brexit, Trump and China. We talked about these topics, as well as the treaties under negotiation or already signed (e.g. Ecuador) with Cecilia Malmström, European Commissioner for Trade, who outlined European trade policy for us, illustrating the 'Trade for All' strategy developed by the European Commission. It is based on three principles of how trade policy should proceed: effectiveness, transparency and respect for values. What kinds of treaties are we talking about? "We're looking to Asia, where most of the economic growth in the coming years will take place. Five years ago we concluded a free trade agreement of our South Korea, and its implementation off exports have increased by 55%. Then there's Canada. CETA is a fine example of the goals that we can achieve through trade policy. The approval process, as you know, has been encountering some obstacles along the way. But if the European Parliament is committed to giving its consent, CETA will enter into force early next year. It will provide real benefits for all European and Canadian businesses with the removal of 99% of all customs duties and other obstacles for businesses, for a total of 500 million euros in tariff cuts on EU goods, increasing bilateral trade by about 23%. I recently signed a contract with Ecuador that could increase our exports by more than 40% and save Europe over 120 million euros in duties, in addition to opening up new avenues for European cars, machinery, food products and beverages”.*



abbiamo pubblicato quasi tutte le posizioni negoziali dell'UE sul nostro sito web. Vengono illustrati i nostri obiettivi in tutte le lingue ufficiali dell'UE.

Questo stesso approccio verrà utilizzato in altri negoziati.

Infine, il terzo e ultimo pilastro della nostra strategia si basa sui valori. La politica commerciale non è solo fatta di interessi economici. Si tratta anche di promuovere e difendere i nostri valori condivisi. Ciò significa, prima di tutto, salvaguardare il modello sociale e normativo europeo. Non solo. Nessun accordo commerciale potrà mai incrinare o abbassare la tutela dei consumatori, ambientale o sociale, il rispetto dei lavoratori. Qualsiasi modifica ai livelli di protezione può essere solo migliorativa. Non rinunceremo mai al nostro diritto di fare politica nel pubblico interesse”.

**Per quanto riguarda le preoccupazioni delle piccole e medie imprese?**

“Sono proprio le piccole imprese che soffrono maggiormente la burocrazia, i dazi, le tariffe. I nostri accordi commerciali

sono efficaci e vantaggiosi soprattutto per loro, proprio perché eliminando gli ostacoli favoriscono la creazione di nuove opportunità di mercato. La politica commerciale non è solo per le grandi società. Per esempio, il 96% delle imprese italiane che esportano in America sono piccole imprese. E sono proprio loro che potrebbero beneficiare maggiormente degli accordi, che soffrono di più per le barriere commerciali. Le imprese possono permettersi di affrontare costi elevati per tutte le procedure amministrative, per le valutazioni di conformità, norme di sicurezza o consulenza legale. Non solo, esportando elevati volumi riescono ad assorbire le tariffe dei dazi e tutto il resto”.

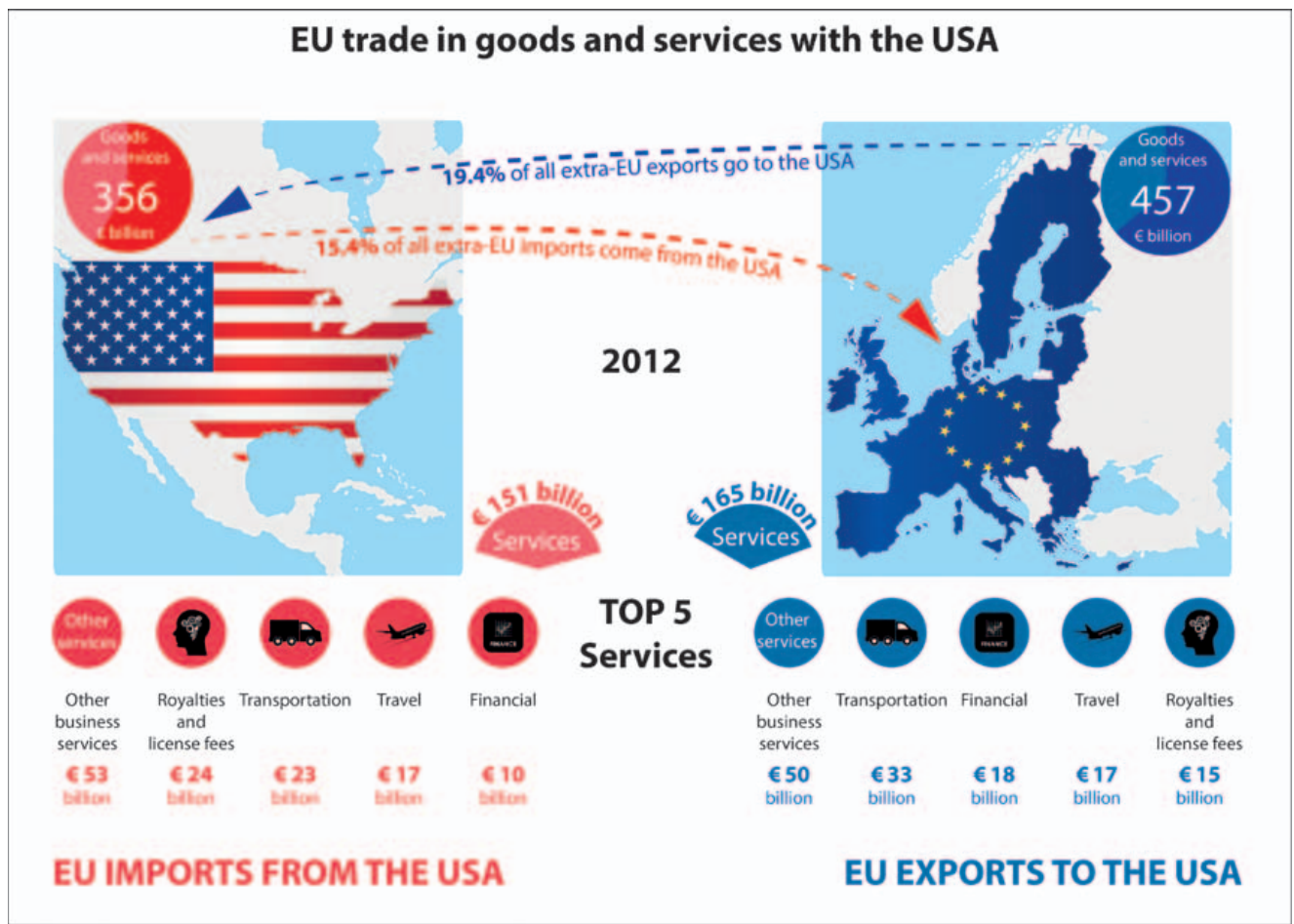
**In Europa vi sono norme molto ristrette in materie di ambiente, sicurezza ecc. Non è lo stesso in altri Paesi extra-europei. Questo può essere un limite alle esportazioni delle nostre imprese?**

“Tutt'altro. La politica commerciale europea può promuovere la qualità dei prodotti, garantendo lo standard elevato che

li contraddistingue ovunque nel mondo. Oltre a ciò, la politica commerciale sostiene la politica estera dell'UE, la tutela dei diritti umani, sociali e gli obiettivi ambientali.

Sostenere i nostri valori, portando benefici economici alle imprese europee. Questi i nostri obiettivi. Una società italiana produttrice di fertilizzanti di Bologna ha annunciato che grazie agli accordi commerciali UE negoziati in Sud America ha potuto incrementare le esportazioni del 60% in tre anni. E questo perché quelle offerte promuovevano standard più elevati: i clienti in altre parti del mondo vogliono acquistare in base agli standard europei. E questo in diversi ambiti: pensiamo al settore auto e gli elevati standard di sicurezza, al settore alimentare, laddove la qualità è garantita anche attraverso le nostre indicazioni geografiche.

Il Ceta, l'accordo commerciale che abbiamo appena firmato con il Canada, è un esempio concreto: per la prima volta, in Canada, abbiamo ottenuto la protezione di oltre 140 indicazioni geografiche tra cui la Mortadella di Bologna, il Gorgonzola, il Gra-





na Padano o il Parmigiano Reggiano. Un esempio di come la nostra politica commerciale sia in grado di plasmare la globalizzazione e il lavoro per le piccole imprese”.

#### **Quali sono i trattati in corso?**

“Stiamo guardando all’Asia, dove avverrà la maggior parte della crescita economica nei prossimi anni. Cinque anni fa abbiamo concluso l’accordo di libero scambio con la Corea del Sud e dal momento in cui è entrato in vigore le nostre esportazioni merci sono aumentate del 55%.

E poi il Canada. Il Ceta è un ottimo esempio degli obiettivi che possiamo raggiungere attraverso la politica commerciale. Il suo processo di approvazione ha - come si sa - incontrato alcuni ostacoli lungo la strada. Ma posso assicurare coloro che hanno avuto preoccupazioni che abbiamo ascoltato e preso in considerazione i timori di tutti, e modificato e adeguato di conseguenza. Se il Parlamento europeo si impegna a dare il proprio consenso, il Ceta entrerà in vigore all’inizio del prossimo anno. Si distingue per fornire reali benefici per tutte le imprese europee e canadesi. La rimozione del 99% di tutti i dazi doganali e altri ostacoli per le imprese, per un totale di 500 milioni di euro in tagli alle tariffe sui beni comunitari, aumentando gli scambi bilaterali di circa il 23%. Abbiamo recentemente firmato un contratto con l’Ecuador che potrebbe aumentare le nostre esportazioni di oltre il 40% e far risparmiare all’Europa oltre 120 milioni di euro in dazi, oltre ad aprire nuove strade per le auto europee, macchinari e prodotti alimentari e bevande”.

**E il TTIP? Che ne sarà dell’accordo con gli Stati Uniti dopo le recenti dichiara-**

#### **zioni del presidente Trump?**

“Al momento siamo in una fase di stallo, dopo il cambio di amministrazione a Washington. È probabile che TTIP sarà congelato per molto tempo. Ma abbiamo altri negoziati: Messico, Tunisia, Giappone, tanto per citarne alcuni”.

#### **Un tema preoccupante è quello della concorrenza dei Paesi extra-europei. Che cosa ne pensa?**

“L’agenda commerciale non è solo basata sulla negoziazione di nuovi accordi. Si tratta anche di proteggere le aziende europee dalla concorrenza sleale dall’estero. L’industria europea si trova ad affrontare l’attività di dumping e queste pratiche sleali danneggiano la nostra economia e minacciano il nostro lavoro ed è il motivo per cui l’UE deve essere dotata di efficaci strumenti di difesa. Questo è il motivo per cui stiamo riformando quelli esistenti che vanno adattati alle nuove realtà e alle pratiche da parte di alcuni Paesi emergenti”.

#### **Pechino ha invaso il mercato europeo dell’acciaio con prodotti venduti sottocosto. Quali misure sono state intraprese? Cosa succederà una volta che avrà ottenuto lo status di economia di mercato?**

“La Cina non è un’economia di mercato e non lo sarà entro la fine dell’anno. Quanto a misure punitive, ci sono già oltre 40 trattati anti-dumping e ovviamente noi europei ci tuteliamo, con strumenti di di-

fesa adeguati. Molti Paesi stanno soffrendo per il dumping e per l’enorme sovrapproduzione cinese. Ne abbiamo discusso con i ministri e abbiamo tutti la volontà di essere veloci, più trasparenti e incisivi”.

#### **Come sarà l’Europa post-Brexit?**


“Sulla Brexit non ho nulla da affermare. Aspettiamo che il governo britannico faccia la sua proposta”.

#### **Per concludere, che cosa andrebbe fatto per far decollare il nostro commercio? Dove devono intervenire i singoli Paesi?**

“Gli accordi commerciali hanno bisogno del sostegno dei parlamenti nazionali, che devono farsi carico di condurre il dibattito pubblico fin dall’inizio e informare i cittadini e le imprese su come procedono i negoziati commerciali.

Dopo l’accordo con il Canada, i benefici tariffari che ho citato saranno disponibili per tutti. Ma le aziende hanno bisogno di conoscere le nuove procedure per poter godere dei benefici che portano.

Allo stesso modo, il Canada aprirà i suoi appalti alle imprese europee. Magari vi saranno intoppi oppure procedure che non funzionano come dovrebbero. Se così fosse, sarà importante comunicarlo immediatamente per intervenire in modo tempestivo. O forse gli imprenditori scopriranno un nuovo mercato, nuove opportunità, nuovi clienti e... nuove storie. Mi auguro che vengano colte tutte le opportunità”.

 @anto\_pelle

# “Made in Italy un brand? Terzo al mondo”

Il tessuto imprenditoriale italiano, fatto da imprese di ridotte dimensioni rispetto ai competitor internazionali, ha una vitalità e una creatività che non ha pari. Difficoltà che si possono superare facendo Sistema e sfruttando appieno le tecnologie digitali disponibili. Infatti, se fosse un brand il Made in Italy sarebbe terzo al mondo. Ne parliamo con Michele Scannavini, presidente di ICE

di Luca Rossi



**S**e il Made in Italy fosse un brand sarebbe il terzo al mondo: non ha dubbi Michele Scannavini, presidente di ICE, l'Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane. Le ridotte dimensioni, rispetto ai competitor stranieri, costituiscono un limite per le nostre imprese ma la sfida oggi è quella di sfruttare appieno quelle che sono le opportunità che arrivano dalle tecnologie digitali. E in questo ICE svolge un ruolo da catalizzatore. Ma se il Nord del Paese è da tempo pienamente presente nel contesto internazionale, l'Agenzia ha sviluppato il Piano Export Sud proprio per consentire alle imprese di quelle Regioni, più esposte alle turbolenze del quadro economico, di recuperare quote di export. Delle prospettive delle nostre imprese e del quadro internazionale ne parliamo proprio col presidente di ICE, Michele Scannavi.

**Presidente, le imprese italiane, caratterizzate dalle ridotte dimensioni rispetto ai competitor internazionali, stanno imparando a 'fare Sistema'? E in questo senso come si inquadra l'attività dell'ICE?**

“Certamente le ridotte dimensioni medie delle nostre imprese costituiscono un limite alle nostre esportazioni, soprattutto rispetto agli altri principali Paesi europei. Alle manifestazioni fieristiche a cui partecipiamo, in Italia e nel mondo, così come alle missioni di sistema, registriamo una partecipazione sempre crescente di imprese. Segno che presentarsi numerosi alle controparti non limita le opportunità commerciali ma, al contrario, le esalta. La sfida, semmai, oggi è quella di sfruttare appieno le opportunità offerte dai nuovi canali promozionali, penso a quelli digitali, verso cui gran parte delle nostre imprese più piccole sono impreparate. In questo caso è fondamentale creare le condizioni per federare le piccole imprese che da sole non potrebbero accedere a questi canali per ragioni di complessità e di costi. L'ICE sta ragionando con alcune delle più grandi piattaforme retail del web con l'obiettivo di accrescere le nostre esportazioni digitali che oggi rappresentano appena il 2% delle esportazioni totali dei beni”.





## **“Made in Italy: the world’s third-largest brand”**

Michele Scannavini, president of ICE, the agency for the foreign promotion and internationalization of Italian businesses, has no doubts: if Made in Italy were a brand, it would be the third-largest in the world. “Certainly, the small average size of our companies constitutes a limit to our exports, especially compared to other major European countries”, says Scannavini. “At the trade fairs we attend, in Italy and abroad, as well as at the system missions, we’re seeing a growing participation of companies. A sign that showing up in large numbers doesn’t limit commercial opportunities but, on the contrary, increases them. The challenge today, if anything, is to fully exploit the opportunities offered by new promotional channels like the Internet, for which most of our smaller businesses are unprepared. In this case it is essential to create the conditions for federations of small businesses, which by themselves may not have access to these channels for reasons of complexity and cost”. The south of Italy accounts for only 10% of total Italian exports, but with the Southern Export Plan, ICE has adopted a tool to allow businesses from the four regions (Apulia, Calabria, Campania, Sicily) to recover export shares in Europe and the Mediterranean area and to strengthen their presence in countries with further growth prospects. “Internationalization is the most dynamic factor of global development”, explains the ICE president. “The latest Prometeia report on the evolution of foreign trade estimates that in 2017-2018 there will be a growth of world trade and a consequent increase in the trade of manufactured goods that is lower than the historical average but higher than the world GDP. This is a sign that exports are essential for growth both globally and domestically”.

### **Il tessuto industriale italiano è molto diverso tra Nord e Sud. Che cos’è il piano Export Sud e cosa fa per aiutare le zone del Paese con maggiori difficoltà?**

“Il Sud d’Italia incide soltanto per il 10% sul nostro export complessivo. Troppo poco per non fare qualcosa. Con il Piano Export Sud abbiamo voluto mettere in campo uno strumento riservato alle imprese delle quattro Regioni della Convergenza (Puglia, Calabria, Campania, Sicilia) con l’obiettivo di consentire alle imprese di quelle Regioni,

le più esposte alle turbolenze del ciclo economico, di recuperare quote di export in Europa e nell’area Mediterranea e di potenziarne l’azione nei Paesi con ulteriori prospettive di crescita. A beneficiarne sono state e saranno micro, piccole e medie imprese, start-up, parchi universitari e tecnologici, consorzi e reti di impresa che possono contare su una serie di servizi a carattere formativo, e su un programma di iniziative promozionali focalizzate sui comparti considerati prioritari: agro-alimentare, moda, mobilità, arredo e costruzioni, alta tec-

nologia ed energia, sviluppati secondo la logica della filiera”.

**Quale valore aggiunto, anche in termini di marketing, ha il Made in Italy nel mondo?**

**Oltre al Made in Italy, quali sono gli elementi che possono agevolare il successo delle nostre imprese sui mercati internazionali?**

“Se il Made in Italy fosse un brand sarebbe il terzo al mondo. Non elencherò i valori di eccellenza che esso contiene, ampiamente riconosciuti e apprezzati nel mondo. Ma realizzare un buon prodotto non basta per poterlo commercializzare efficacemente all'estero. Servono le competenze. Per questo l'ICE è impegnata nella formazione delle PMI e degli export manager che possono accompagnarle ad affrontare le sfide del mercato globale. Recentemente abbiamo lanciato tre nuovi moduli per l'e-commerce per far comprendere loro e permettergli di affrontare meglio le potenzialità del web”.

**Dopo che per anni l'export ha superato alla stagnazione del mercato interno, visto anche il rallentamento dell'economia mondiale come vede l'incidenza dell'export in futuro?**

“L'internazionalizzazione è il fattore più dinamico dello sviluppo globale. L'ultimo rapporto Prometeia sull'evoluzione del commercio con l'estero stima che nel 2017-2018 vi sarà una crescita degli scambi mondiali e una conseguente crescita del commercio di manufatti inferiori alla media storica ma oltre il PIL mondiale. Segnale di come l'export sia imprescindibile per la



crescita sia a livello globale che per le imprese nazionali”.

**Quali sono attualmente le aree del mondo con un maggiore potenziale di penetrazione per le nostre imprese manifatturiere?**

“Gli Stati Uniti rimangono il mercato prioritario in termini di investimento, grazie al particolare appeal dei prodotti Made in Italy e gli ampi spazi ancora conquistabili dai nostri prodotti. Particolare enfasi verrà posta nei prossimi anni sull'Asia, dove la nostra quota di mercato è ancora nettamente inferiore al potenziale dei nostri prodotti. In Cina cercheremo di sfruttare le nuove opportunità che si aprono con il mercato digitale. Nei Paesi Asean promuoveremo soprattutto i nostri settori farmaceutici, infrastrutturali e

di alta tecnologia. Ma proseguiremo il nostro impegno anche per consolidare le posizioni in Europa, in particolare in Russia dove, ad esempio, i nostri tradizionali settori del Made in Italy come fashion, arredamento e alimentare e la nostra meccanica hanno ampi margini di crescita”.

**Come può l'Italia difendersi dal fenomeno sempre crescente della contraffazione?**

“Il tema è molto complesso e si tratta di un fenomeno che riguarda non soltanto i marchi più noti. Per aiutare le aziende di piccola e media dimensione, già dal 2007 abbiamo aperto presso alcune nostre sedi estere i primi Desk per la tutela della Proprietà Intellettuale, per fornire alle nostre imprese un sostegno specializzato nella registrazione di marchi e brevetti all'estero e nelle azioni di lotta alla contraffazione dei propri prodotti. Inoltre, esiste un altro fenomeno, noto come italian sounding, che crea confusione sulla autenticità del prodotto italiano e ne minaccia la reputazione qualitativa. Abbiamo avviato campagne di comunicazione istituzionali, particolarmente negli USA, per combattere questo fenomeno e aiutare il trade e i consumatori a distinguere ciò che è autenticamente Made in Italy e ciò che invece ne è un'imitazione”.

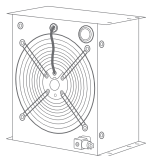
 @lurossi\_71





## EXCHANGING IDEAS

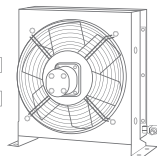
Innovazione nell'oleodinamica dal 1919.



AC  
AIR/OIL



SHELL AND TUBE  
WATER/OIL



HYDRAULIC MOTOR  
AIR/OIL

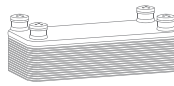
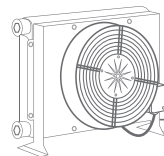


PLATE  
WATER/OIL



DC  
AIR/OIL

Idee e qualità come elementi caratterizzanti della propria produzione. Una politica che ha sempre accompagnato lo sviluppo di questa società contrassegnandone tappe e successi.

Questo è **Costante Sesino**. Scambiatori di calore acqua-olio e aria-olio per l'industria, soluzioni a elevata tecnologia nelle produzioni a catalogo oppure su progettazione particolare.



**sesino**

HEAT EXCHANGING EXCELLENCE SINCE 1919

COSTANTE SESINO SPA: via Monza, 150 A/B 20060 GESSATE (MI)  
info@sesino.com - www.sesino.com | tel. 02.95.38.03.34 - fax 02.95.78.05.28



# Gli effetti del ciclone Donald

Trump ha vinto contro tutti i pronostici, ma qualcuno aveva previsto il successo dell'outsider: si tratta di Andrew Spannaus, giornalista e analista americano, autore del libro 'Perché vince Trump. La rivolta degli elettori e il futuro dell'America' pubblicato da Mimesis. Gli abbiamo chiesto cosa dobbiamo aspettarci ora

di Valentina Sorci

**A**veva previsto il successo di Donald Trump e non ha sbagliato: Andrew Spannaus (l'analista americano che cura il sito Transatlantico.info e collabora con la CCR Advisory Group di Washington, gruppo che si occupa dei rapporti economici tra il mondo occidentale e la Cina) spiega le motivazioni dietro al successo di Trump: dai primi effetti dell'entrata alla Casa Bianca del 45esimo presidente americano alle conseguenze dell'impulso protezionistico del tycoon sulle imprese italiane, dai rapporti tra Usa, Russia e Cina alla fase di incertezza per l'intera UE.

**Nel suo libro 'Perché vince Trump. La rivolta degli elettori e il futuro dell'America' lei afferma che «Trump non critica il libero commercio in sé, ma dichiara che il commercio deve essere anche equo». Dal punto di vista commerciale, come sarà la politica degli Usa con Trump alla Casa Bianca?**

“La revisione degli accordi di libero scambio è stato uno dei punti più importanti della campagna elettorale di Donald Trump. Ha parlato, in continuazione, della perdita dei posti di lavoro industriali negli Stati Uniti, accusando in modo particolare il Nafta (accordo



che ha facilitato lo spostamento di molte fabbriche verso il Messico) e l'entrata della Cina nel WTO. Molti considerano queste critiche superficiali e controproducenti, in base a una visione che considera come inevitabile la scomparsa dei confini economici. Tuttavia, il tema di come promuovere il lavoro produttivo è fondamentale, non solo per gli Stati Uniti ma per tutto il mondo occidentale. Ci saranno inevitabilmente dei cambiamenti alla politica commerciale, in quanto Trump dovrà fare il possibile per incoraggiare le grandi società a rimanere, o tornare, negli USA. Per fare questo, cercherà di modificare alcuni

elementi strutturali che privilegiano l'economia dei bassi costi. Agirà a livello fiscale in positivo (abbassando le imposte) e in negativo (chiudendo dei 'loopholes' per chi va all'estero). E fermerà, almeno temporaneamente, la marcia verso nuovi trattati che adottano la stessa visione del passato. Questo non significa chiusura commerciale ma un ritorno a enfatizzare l'economia reale e il lavoro invece che i profitti facili e il shareholder value".

**Gli analisti del settimanale britannico The Economist hanno inserito la vittoria di Trump al sesto posto nella top 10 degli eventi che possono mettere in crisi l'economia mondiale e il quadro politico internazionale. Quali saranno i primi effetti della vittoria del tycoon?**

"C'è una paura diffusa di Donald Trump nei media e nelle istituzioni politiche ed economiche. Non deve sorprendere, in quanto questi stessi organi sono il bersaglio della 'rivolta degli elettori' che ha portato al successo di Trump, e in misura minore, degli altri candidati outsider nelle primarie americane. Ci sono due grandi temi: la politica economica della globalizzazione e la politica estera del cambiamento di regime. Ovviamente, se da presidente Trump riuscirà davvero ad andare in un'altra direzione, coloro che hanno promosso queste politiche per decenni saranno molto scontenti e perderanno anche una parte della propria influenza. Ogni

## The Effects of Cyclone Donald

*Donald Trump is the 45th president of the United States, winning against all odds. However, there are some who predicted the upset victory of the Republican candidate in the 2016 presidential election - namely Andrew Spannaus, American journalist and analyst, author of the book Perché vince Trump. 'Why Trump Is Winning. The Revolt of the Electorate and the Future of America', published by Mimesis. The victory of the tycoon, Spannaus explains, spotlighted a process of revolt of the population against the political-economic establishment, especially with regard to the (non) response to the crisis of recent years. The effects of Trump entering the White House? There are two central issues for the new regime: economic globalization and foreign policy. Trump will do everything possible to encourage large companies to remain in, or return to the United States. Is there really is a risk of uncertainty for the European Union? The Western economy and the international political context, concludes Spannaus, are already in crisis. The election of Donald Trump to the White House is not the cause of it, but the result.*



Andrew Spannaus è un analista americano che cura il sito [Transatlantico.info](http://Transatlantico.info) e collabora con la CCR Advisory Group di Washington.



Donald Trump con la sfidante Hillary Clinton e con la moglie Melania.



cambiamento è difficile e, in questo caso, lo sarà ancora di più, in quanto abbiamo un presidente eletto senza esperienza politica e con pochi alleati a Washington; non sarà facile sviluppare e imporre una visione chiara per gli Stati Uniti. Questo significa che un periodo di incertezza ci sarà senz'altro. A mio avviso, l'economia occidentale e il quadro politico internazionale sono già in crisi; l'elezione di Trump non ne è la causa, è il risultato. Dobbiamo vedere se le istituzioni capiranno i motivi profondi di questo messaggio di protesta, che si trovano nella stagnazione della classe media e lavoratrice. E, soprattutto, occorre elaborare un nuovo percorso, senza paura".

**Secondo i dati elaborati dall'ufficio studi della Camera di commercio di Monza e Brianza, ci sono 2.147 realtà italiane controllate da imprese con sede negli USA. L'Italia, nei primi sei mesi del 2016, ha esportato verso gli USA merci per un valore di circa 18 miliardi di euro. Quali conseguenze potrà avere l'impulso protezionistico di Donald Trump sulle nostre imprese?**

"Nel mondo delle élite si parla tanto del pericolo del 'protezionismo', ma credo che sia diventato un dibattito sterile e strumentale. Se guardassimo dal punto di vista della gente comune, potremmo parlare non di liberismo contro protezionismo, ma piuttosto di finanza e austerità contro economia reale e investimenti. La

volontà di imprimere una svolta alla politica economica americana, riducendo il ruolo dominante della finanza di Wall Street e rifocalizzando il Paese sui progetti concreti e produttivi, non deve far paura. Anzi, forse ci vorrebbe un cambiamento simile anche in Europa, dove si vedono effetti simili a causa di decenni di politica post-industriale. Il presidente Trump riuscirà davvero ad andare in questa direzione? Difficile dire, ma sappiamo che alcuni suoi consiglieri hanno proprio questo obiettivo. Di contro c'è buona parte dei repubblicani al Congresso che rimangono fortemente legati a una visione di liberismo finanziario, che mal si concilia con lo sviluppo capillare dell'economia reale".

**Quanto le elezioni presidenziali americane del 7 novembre 2016 hanno modificato il significato dei termini democratico e repubblicano? In che modo si sta ridefinendo la politica americana? E quali effetti potrebbe avere sulla politica italiana?**

"È in atto un riallineamento del panorama politico americano. Il fallimento totale dell'establishment in questa tornata

elettorale (da Hillary Clinton ai numerosi repubblicani 'seri' come Jeb Bush e Marco Rubio) dimostra che sempre meno i cittadini si fanno manipolare da temi ideologici e da appelli alla loro identità stretta, cioè al profilo di segmenti della popolazione (come gli ispanici, le donne o i sindacalisti). Il voto di questi gruppi non è più scontato: conta di più la sostanza della politica, soprattutto per quanto riguarda la (mancata) risposta alla crisi degli ultimi anni. È difficile esagerare l'importanza del risentimento contro Wall Street e la grande finanza, rei di aver provocato la crisi, senza subirne le conseguenze. Questa è la visione tra gli elettori arrabbiati, a destra e a sinistra. E questa è la sfida per il nuovo presidente, che dovrà dare presto dei segnali concreti di cambiamento. Su questo punto è notevole registrare le aperture di personaggi importanti nel mondo progressista, da Bernie Sanders a Elizabeth Warren, alla collaborazione con la nuova amministrazione su alcuni temi, a partire dal ripristino della legge Glass-Steagall, cioè la separazione tra banche commerciali e banche d'affari, una rispo-

## IL PIANO DI TRUMP

### PUNTI DEL PROGRAMMA PER I PRIMI 100 GIORNI DI GOVERNO



**TTP** Ritiro degli Usa dalla Trans-Pacific Partnership, sostituendola con accordi commerciali bilaterali



**ENERGIA** Cancellazione delle norme 'verdi' di Obama per tornare a incrementare la produzione di carbone e gas naturale



**FUNZIONARI** Divieto di diventare lobbisti entro i primi cinque anni, dopo aver lasciato l'ufficio governativo



**SICUREZZA NAZIONALE** Sviluppo di un piano per proteggere le infrastrutture vitali da attacchi informatici



**IMMIGRAZIONE** Indagine su abusi che riguardano programmi di rilascio dei visti che danneggiano i lavoratori americani



**SEMPLIFICAZIONE** Formulazione di una regola per cui, per ogni nuova norma, due vecchie leggi dovranno essere eliminate

#### ASSENTI DAL PIANO

■ Costruzione del muro di confine con il Messico

■ Cancellazione della riforma sanitaria 'Obamacare'

sta concreta per proteggere l'economia reale dalle bolle speculative".

#### Russia e Stati Uniti: l'era Trump rimetterà in discussione le relazioni economiche tra l'Unione Europea e l'ex Paese comunista?

"Trump è stato coerente e anche coraggioso nel difendere la sua posizione di apertura alla Russia. Non sarà facile cambiare la tendenza generale delle istituzioni americane, che di recente hanno adottato una posizione molto più dura, accusando Vladimir Putin di ogni nefandezza possibile. L'istinto di Trump è la diplomazia, le trattative, in base alla sua esperienza da businessman. Ci potranno essere dei risvolti positivi per l'Europa, soprattutto se si considera l'alternativa. Ci sono altri fattori da tenere presenti, per esempio la probabile accelerazione dell'esportazione degli idrocarburi dagli Stati Uniti, che avranno effetti strategici da questa parte dell'Atlantico".

#### La Cina preme per entrare nell'economia di mercato: quale sarà la posizione del governo Trump?

"Da candidato Trump è stato molto duro

nei confronti della Cina. Da presidente eletto cominciano già a vedersi segnali di una posizione più misurata. Ha parlato subito con Xi Jinping e un suo consigliere di peso (James Woolsey, ex direttore della CIA) ha dichiarato che occorre rivedere la posizione di chiusura americana verso la Banca Asiatica d'Investimento per le Infrastrutture (Aiiib) e i progetti della Cintura Economica della Via della Seta (One Belt One Road). Sarà interessante vedere se l'amministrazione Trump riuscirà a stabilire un'intesa con la Cina sulla base degli investimenti produttivi di questo tipo, piuttosto che rimanere al livello dello scontro sui bassi costi".

#### Per concludere, referendum in Italia, pressioni interne ed esterne nell'Unione Europea e, non ultimo, la nuova politica degli Stati Uniti: esiste il rischio di una fase di incertezza e una crisi di fiducia per l'intera UE?

"L'incertezza per l'Europa nasce da problemi di lunga data: la Brexit e l'elezione di Trump indicano che è ora di affrontare i temi ignorati per troppo tempo a Francoforte e a Bruxelles. Per il mondo eco-

nomico significa navigare a vista per un po' di tempo, cercando di capire i cambiamenti in arrivo; l'incertezza non piace, ma prima o poi si dovevano comunque fare i conti con questi problemi. In tutta franchezza, la scelta per l'Unione Europea è la seguente: serrare i ranghi in base a una visione tecnocratica in cui la politica economica rimane quella dei parametri monetari e dell'austerità, amministrate a livello sovranazionale, oppure dare il via a una profonda riflessione che mira a evitare un'esplosione imprevedibile del malcontento tra la popolazione. Sui temi fondamentali l'Europa dovrà cambiare, in un modo o in un altro. Ignorare i problemi non è un'opzione. In teoria, le istituzioni comunitarie potrebbero decidere di cambiare la propria politica, senza interrompere il cammino verso l'integrazione sempre più stretta. Vedendo le reazioni degli esponenti UE agli eventi di quest'anno, questo sembra un percorso poco probabile. Dunque, si fa strada l'ipotesi di un ritorno a un ruolo più forte degli Stati, un recupero della sovranità in alcune aree".

🐦 @82valentinas

# Meccanica italiana protagonista nel nuovo player mondiale

Dopo una prima fase di acquisizioni, sta per concludersi la seconda fase di consolidamento di quello che diventerà uno dei più grossi Gruppi al mondo nel settore delle macchine utensili. Il successivo passaggio sarà la quotazione in Borsa. E l'Italia reciterà un ruolo da protagonista. Ne parliamo con Marco Livelli, CEO di Jobs

di Luca Rossi







Due applicazioni: una nel settore aerospace (lavorazione titanio) e una in quello automotive (lavorazione stampo).

## Italian machine tool sector becomes a new global player

There are four companies that have made the history of Italian machine tools: Jobs, Rambaudi, Sachman and Sigma. They are now part of the Fair Friend Group (FFG Group), backed by Asian capital, consisting of a number of companies around the world as the result of an acquisition strategy aiming to create top-level technology integration and increase presence in the global market. Following the consolidation phase, the next step will be the IPO in two years. This project will help the Group emerge as a major player in the international market. We met Marco Livelli, CEO of Jobs, to understand the strategies behind it as well as its progress. "The project being developed is the result of an aggregation of businesses that will achieve an overall turnover of 2.5 billion Euros in revenue. The majority of the capital is tied to FFG Group in Asia. Nowadays, we're consolidating the extra-Asian wing of the Group, FFG Europe & Americas, which has 2,600 employees and about 800 million in revenue. At this point, we're trying to move forward fast enough to be competitive". Marco Livelli emphasized that the emerging colossus is not a result of a company expansion but of an united Group growing through acquisitions. "We believe that putting together very different entities in terms of both geography and product typology can be a driver for synergies. The companies can integrate their presence in international market, complementing each other in the areas where one is historically more prevalent and another less, and then there are the additions in the range of products offered".

Quattro delle aziende che hanno fatto la storia della macchina utensile italiana sono oggi entrate a far parte del Gruppo FFG. Si tratta di Jobs, Rambaudi, Sachman e Sigma. Il Gruppo FFG ha sede a Taiwan ma è costituito da una serie di aziende sparse nel mondo frutto di una politica di acquisizioni mirate, con l'obiettivo di creare integrazioni di tecnologie di primo livello e complementarità di presenze sui mercati nel mondo. Dopo la fase del consolidamento, il prossimo passaggio, tra due anni, sarà la quotazione in Borsa. Da questo progetto nascerà uno dei maggiori player sul mercato internazionale. Abbiamo incontrato Marco Livelli, CEO di Jobs, per conoscere a che punto è questo iter e capirne quali sono le strategie alla base.

**Dottor Livelli, nel comparto delle macchine utensili sta per nascere un Gruppo che dovrebbe essere tra i più importanti al mondo. A che punto è**

### il processo di costituzione?

"Questo soggetto che si sta sviluppando è frutto di un'aggregazione di imprese, che a livello mondiale conta di raggiungere un fatturato complessivo di 2,5 miliardi di euro. La maggioranza di capitali è in Asia e fa riferimento al Gruppo FFG. Non si tratta di un'impresa che si espande ma di un Gruppo che cresce attraverso delle acquisizioni. Oggi si sta consolidando la realtà extra-asiatica del Gruppo, quindi mi riferisco a quella che viene definita la FFG Europe & Americas, che ha 2.600 dipendenti e circa 800 milioni di fatturato. Siamo in una fase di consolidamento. Fase che cerchiamo di vivere in tempi sufficientemente rapidi per essere competitivi".

**Lei dice che la vostra filosofia non è quella dell'espansione di una società ma l'aggregazione di tante. Quale è il motivo di questa scelta strategica?**

"Riteniamo che mettere insieme real-



Lo stabilimento del Gruppo FFG a Taiwan e, nella pagina accanto, la sede Jobs a Piacenza.

tà molto diverse sia geograficamente sia nella tipologia di prodotto possa essere un volano per delle sinergie. Le aziende possono integrare la loro presenza sui mercati internazionali, completandosi nelle aree dove uno è storicamente maggiormente presente e un altro meno, e poi vi sono le integrazioni nel ventaglio di prodotti proposti. In questo modo il Gruppo ha una maggiore velocità di recepimento degli ordinativi e anche nell'esaudire le domande tecnologicamente più complesse. I vantaggi di una aggregazione sono evidenti: in epoca di globalizzazione occorre avere reti e filiali commerciali, supporti e assistenza tecnica in tutto il mondo. Essere parte di un Gruppo consente di avere in tutto il mondo aziende sorelle che possono garantire una base da cui muoversi, sia in termini di vendite sia di service. Ci sono altri vantaggi, come la capacità nell'acquisto di componenti, che rappresentano circa il 50% del valore della macchina, puntando su volumi più grandi; oltre poi a tutte le altre sinergie connesse. L'aggregazione di aziende comporta però nell'immediato anche un lavoro molto più difficile, che passa peraltro attraverso l'integrazione di culture diverse".

**In questo Gruppo l'Italia reciterà un ruolo da protagonista. Forse non come dimensioni ma certamente come contenuto tecnologico. Ce ne parla?**

"Le aziende italiane sono Jobs, Ram-

baudi, Sachman e Sigma. Insieme raggiungono un fatturato di circa 90 milioni sui 2.500 milioni di euro complessivi del Gruppo. Quindi, da un punto di vista numerico siamo una piccola parte. Occorre però dire che in termini di prestigio, legato al prodotto tecnologico che realizziamo e alla qualità della nostra clientela, il presidente Jimmy Chu mi ripete spesso che ci considera un fiore all'occhiello. Quindi la componente italiana è un elemento di grande importanza e anche un punto di riferimento per il Gruppo. E come Jimmy Chu spesso ripete, se un Gruppo fattura 40 o 50, ma anche 90 milioni di euro rimarrà sempre un player di seconda fascia. Ma se si consolida a 200 o 300 milioni di euro, allora diventa un player di riferimento a livello mondiale. Questo è il punto di snodo di quella che è stata un po' la caratteristica del tessuto delle imprese italiane: hanno sempre teso a limitare, anche a livello di fatturato, le proprie dimensioni e di conseguenza sono state spesso difficilmente percepite come un punto di riferimento a livello mondiale".

**Dottor Livelli, qual è l'obiettivo che si pone questo Gruppo? Operazione finanziaria o investimento a lungo respiro?**

"Ecco, lei ha colto il tema. E questo va detto con molta chiarezza: questo non è assolutamente un piano strategico mirato alla ristrutturazione per la successiva rivendita delle imprese ma un piano strategico per la creazione di

un grande Gruppo internazionale che ha la propria valenza nell'aver tutti i benefici delle grandi dimensioni, avere delle grandi diversità al proprio interno e con un obiettivo industriale. Creare un Gruppo significa dargli una dimensione e una solidità finanziaria".

**Il passaggio successivo potrebbe essere anche la quotazione in Borsa?**

"Certamente. Al momento alcune aziende del nostro Gruppo sono già quotate sulle Borse asiatiche. L'obiettivo che ci è stato dato ora è di razionalizzare questo pool di aziende creando un Gruppo che abbia una omogeneità tale da poter essere visto come un'entità aziendale mondiale. Se vuole, le dico che abbiamo l'obiettivo di quotazione di tutto il Gruppo in una Borsa asiatica nel giro di due o tre anni".



**Lei prima parlava anche della necessità di integrazione di culture tra le diverse aziende. Vi sono concetti come la nazionalità delle imprese che ormai sono completamente cambiati?**

“Certamente. Già 20 anni fa lavoravo in una multinazionale americana, il cui numero uno era australiano, il numero due era inglese, e io dipendevo da un capo tedesco. E oggi i nostri figli vanno a studiare all'estero. Nel nostro caso, confrontarsi con culture diverse è un punto di forza. Certamente ci sono dei rischi ma anche dei vantaggi. Da un lato, quando si lavora in un'entità in movimento si affrontano molte più sfide, nell'immediato si ha un impegno molto superiore in termini anche fisici. Vediamola invece dall'altro punto di vista: questa dinamicità permette di essere flessibili a cercare sempre occa-

sioni, sia di mercato sia di innovazione. Perdere la capacità di confrontarsi col mercato significa perdere la clientela, e andare a recuperare questi spazi risulta poi estremamente difficile.

Altro ragionamento è invece l'orgoglio, la determinazione e l'attaccamento alle nostre aziende che in qualche modo ci rende parte di una comunità sociale locale. Così come mi sento cittadino del mondo, e mi arricchisce il lavorare con colleghi di tutto il mondo, al tempo stesso teniamo al rapporto con il nostro territorio, a fare bene il nostro lavoro per dare un valore sia all'azionista sia alle nostre famiglie, che sono radicate in un preciso contesto. Nel nostro caso Piacenza, che è uno degli hub italiani nei quali si è sviluppata maggiormente la cultura della macchina utensile”.

**Industria 4.0 è una rivoluzione prima che tecnologica culturale. Che ne pensa? Come si sta attrezzando all'adozione del paradigma il Gruppo FFG?**

“Si tratta di combattere la tendenza alla deindustrializzazione alzando la posta tecnologica. Sono sempre più frequenti esempi di macchine che in officina dialogano con i sistemi di controllo dell'azienda. Oggi è infatti possibile governare attraverso un palmare macchine che sono fisicamente lontane e ottenere così informazioni su rendimento, possibili rotture, quantità di corrente assorbita. Tale svolta arriva dalla consapevolezza che l'Italia è tra le aree del mondo dove è più al-

to il costo del lavoro, ma nei prossimi anni non sarà più questo il terreno su cui confrontarsi. Il fenomeno della crescente innovazione tecnologica legata al concetto di Industria 4.0 richiederà infatti sempre meno forza lavoro. È questo il grande cambiamento culturale a cui stiamo andando incontro. Prima ancora delle tecnologie, sono l'approccio e la mentalità degli uomini in azienda a essere necessari per una transizione di successo verso prodotti e processi intelligenti. Il fatto che l'occupazione si stia trasformando non significa infatti necessariamente che aumenterà la disoccupazione: di certo si perderanno posti di lavoro, ma cambierà il tipo di occupazione richiesto, per cui per esempio avremo tre fresatori in meno, ma tre softwaristi in più. È dimostrato che chi investe in tecnologia e ricerca ne ha ritorno, anche dal punto di vista occupazionale, in quanto sarà poi in grado di rispondere positivamente a un mercato che chiede servizi e prodotti ad alto valore aggiunto. Per questo anche noi in FFG stiamo facendo i primi passi verso l'Industria 4.0 e quindi verso una produzione intelligente, totalmente automatizzata e interconnessa, dotando alcune delle nostre macchine di dispositivi e applicazioni per raccogliere i dati relativi alla macchina stessa e alle lavorazioni che svolge e successivamente analizzarli per poi capire quali sono eventualmente gli interventi richiesti”.

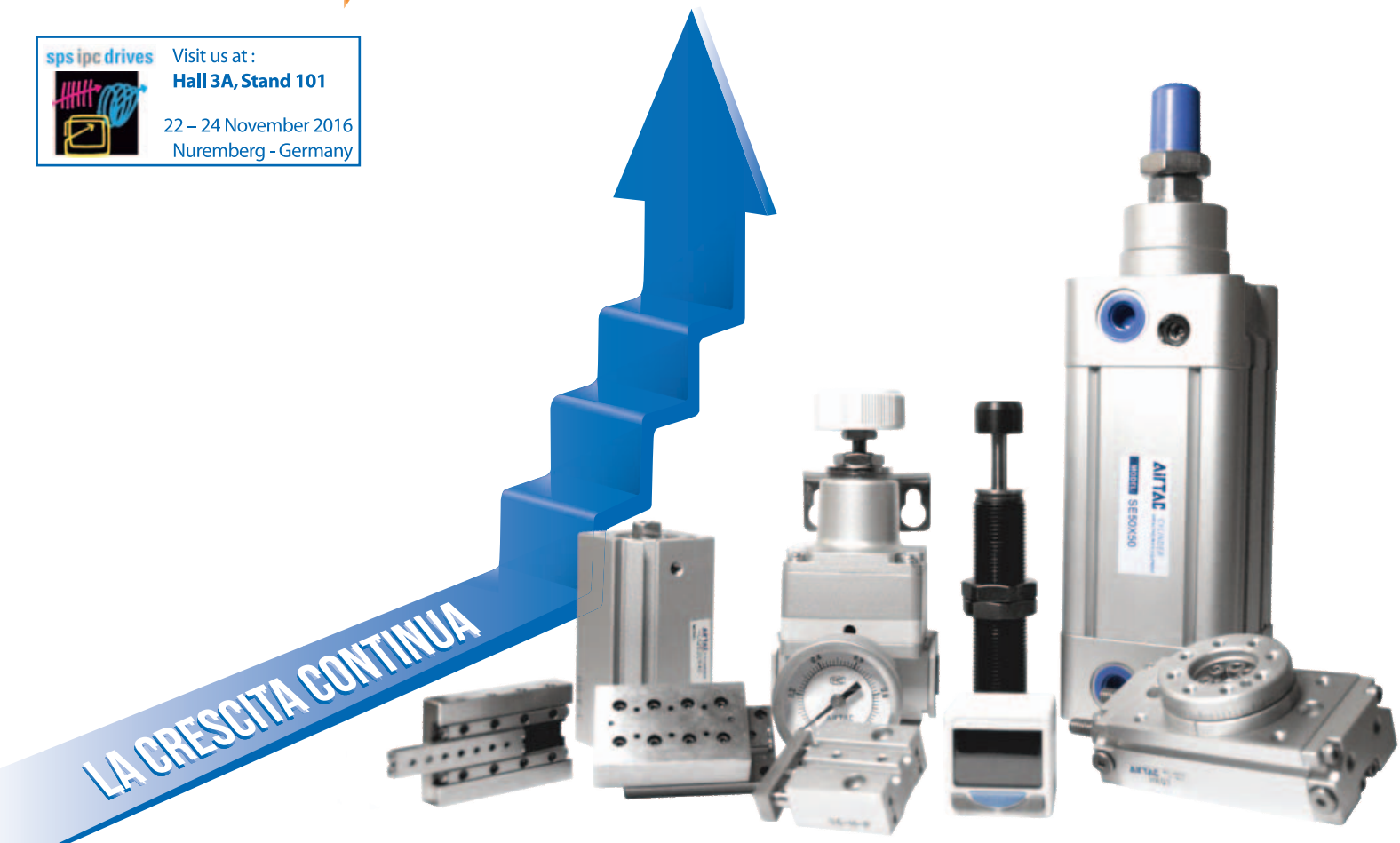
 @Iurossi\_71



## LA QUALITA' TAIWANESE ED IL MIGLIOR SERVIZIO EUROPEO COME TUO PARTNER

### VELOCITA' ED EFFICIENZA DEL SERVIZIO

sps ipc drives Visit us at:  
**Hall 3A, Stand 101**  
22 - 24 November 2016  
Nuremberg - Germany



## THERE IS NO BEST, ONLY BETTER



European Headquarter ATC Italia S.r.l. - Via Manzoni 20 - 20020 Magnago (MI)

Tel: +39 0331 307204 - Fax: +39 0331 307208

[www.airtac.com](http://www.airtac.com) - [atc.it@airtac.com](mailto:atc.it@airtac.com)

# caprari



## The right solution for **REVERSE OSMOSIS**

Scegliere **Caprari** è garanzia di qualità.

Caprari progetta e costruisce pompe e motori dal 1945. Una grande realtà internazionale, leader nella progettazione e produzione di **pompe ed elettropompe e di soluzioni avanzate per la gestione del ciclo integrato dell'acqua.**

Dalla prevendita al commissioning, **Caprari analizza a fondo le esigenze dei clienti** e, grazie all'eccellente know-how specialistico sia a livello tecnico-applicativo che progettuale, è in grado di **proporre soluzioni mirate**, affidabili e tecnologicamente avanzate.

Caprari offre **iPump®** ai professionisti del settore, **l'esclusivo ambiente tecnologico per la selezione, la ricerca, la formazione e l'assistenza** delle migliori soluzioni per il pompaggio.



caprari.com

di Antonella Pellegrini

# La tradizione diventa 'social'

L'antica arte casearia sarda e le nuove tecnologie: Argiolas Formaggi è riuscita a conciliare questi due concetti apparentemente in contraddizione, anche grazie all'entrata in azienda di Alessandra Argiolas, nipote del fondatore, che in poco tempo ha dato una svolta sul fronte della comunicazione, mediante l'uso dei social media, con 10.000 follower su Facebook



**A**rgiolas Formaggi ha saputo unire quella che è da sempre l'unicità della tradizione casearia sarda alle moderne tecnologie. Le antiche ricette della tradizione vengono prodotte utilizzando macchinari all'avanguardia che garantiscono elevati standard di qualità, nel completo rispetto del benessere degli animali e dell'ambiente. La promozione e il marketing avvengono utilizzando i più moderni mezzi di comunicazione. Come è possibile conciliare innovazione e tradizione, in un'azienda come Argiolas? "A pensarci bene sembrano termini contraddittorie", dice Alessandra Argiolas nipote del fondatore. "Tuttavia, noi pensiamo che non si possa fare innovazione senza partire dalla storia che ci ha permesso di arrivare sin qui. Tradizione per noi sono le ricette originali del Pecorino Sardo, la cura con cui

ogni singolo formaggio viene controllato e testato, la selezione attenta e puntuale di materie prime naturali. Tradizione è la qualità, innanzitutto, ovvero l'utilizzo solamente di latte fresco, il rifiuto di additivi e conservanti dentro il formaggio". E aggiunge: "Innovazione per noi è la ricerca, i macchinari all'avanguardia e anche l'assoluta certezza della salubrità del prodotto garantita da un laboratorio di analisi interno, che controlla nel dettaglio ogni fase della lavorazione, che esegue controlli che solo alcune università italiane sono in grado di fare. Da sistemi di gestione basati su controlli Haccp e certificazioni di qualità come ISO 22000, BRC, IFS e ICEA". Un'azienda, dunque, che affonda le sue radici nel passato ma che si è aggiornata e ha seguito l'evoluzione del mercato e della tecnologia e che oggi, anche grazie all'en-

trata in azienda della terza generazione, nella persona di Alessandra, ha intrapreso una campagna di comunicazione che utilizza i social media. E in breve tempo è seguita su Facebook da ben 10.000 follower. Un vero successo, soprattutto in un ambito di nicchia come quello caseario-alimentare. È Alessandra Argiolas a illustrarci questa bella storia imprenditoriale e come è cambiata la comunicazione dal suo arrivo.

## Dalla tradizione ai social media

La storia di Argiolas è una di quelle che ci affascina, fatta di amore per il proprio territorio, passione per il lavoro e allo stesso tempo grandi sacrifici, ma anche di un'intuizione geniale. Ce la racconta Alessandra Argiolas, che ha scelto di rimanere nell'azienda di famiglia, e in poco tempo è riuscita a dare una svolta ancor più forte



in collaborazione con

CONFINDUSTRIA  
Giovani Imprenditori

sul fronte della comunicazione. “Sessanta anni fa in una Sardegna che stentava a riprendersi dalle storture della guerra, mio nonno Ennio, era un giovane che, insieme al fratello Eligio, vendeva frutta secca per i mercati di tutta Italia. Un giorno decise di passare alla vendita di formaggi e presto si accorse che aveva più guadagno acquistandoli freschi dai pastori, per poi farli stagionare e rivenderli. Da qui nacque la sua passione per i formaggi, e con i soldi che mise da parte con questo sistema costruì un piccolo caseificio, diventando, a tutti gli effetti, un piccolo giovane industriale. All’epoca molti caseifici si specializzarono sulla produzione del Pecorino Romano che iniziava ad avere un discreto successo ed è ancora oggi fonte di primaria importanza per l’industria casearia sarda. Mio nonno a suo modo è stato un pioniere nel settore in Sardegna. Perché andò controcorrente. Decise di produrre formaggi da tavola, creando il Giglio Sardo, quello che ancora oggi è il nostro prodotto di punta. Ora siamo arrivati alla terza generazione. Ma lo spirito e i valori che ci animano giorno dopo giorno sono gli stessi che hanno fatto nascere la nostra impresa”.

Un legame all’azienda tramandato dal nonno e dal padre, condivisione di valori e soprattutto un modo etico di fare impresa. Ecco perché Alessandra, pur avendo altre possibilità, ha deciso di investire il proprio futuro professionale nell’impresa di fami-

glia. “L’appartenenza a questo settore, si può dire che mi scorre nelle vene, ma ciò che per me è importante è il perseguimento di valori comuni. Da sempre, in azienda seguiamo tre principi fondamentali: siamo convinti che si possa e debba fare industria in maniera sostenibile, pensiamo con forza che le persone facciano la differenza. Infine, crediamo nella tradizione e nell’innovazione: due facce della stessa medaglia. E sono gli stessi valori che io condivido e che mi rendono orgogliosa di appartenere all’Argiolas Formaggi”.

Detto questo, si sa che a volte non è facile sperimentare nuove strategie in un’azienda, anche quella di famiglia, che ha una sua dimensione ben definita, struttura organizzativa che si basa su principi ben precisi. “Mi ritengo complessivamente molto fortunata, nonostante mio padre sia ancora giovane per il passaggio generazionale, e quindi molto legato alle sue aree di competenza, è una persona che adora sperimentare, ma, al contempo, con una visione d’impresa molto saggia, che a poco a poco mi sta insegnando, il nostro è un rapporto di confronto continuo e devo dire che lo trovo molto stimolante”.

#### Nuove strategie

Un team dedicato alla comunicazione, cui fa capo Alessandra Argiolas, ha lanciato nuove e interessanti campagne che hanno riscosso forti consensi. Tra queste Ela: “È sicuramente il mio orgoglio: Ela è

## Tradition goes ‘social’

*Argiolas Formaggi combines that which has always been the uniqueness of the Sardinian cheese-making tradition with modern technology. The old traditional recipes are produced using advanced machinery that ensure high standards of quality, in full respect for animal welfare and the environment. Promotion and marketing are conducted using the most modern means of communication. How does a company like Argiolas reconcile innovation and tradition? “If you think about it, the terms appear contradictory”, says Alessandra Argiolas, the founder’s granddaughter. “However, we believe that we cannot innovate without starting from the history that allowed us to get to this point. For us, tradition means the original recipes of Pecorino Sardo, the care with which each cheese is checked and tested, the careful and exacting selection of the raw natural materials. Tradition means quality above all, using only fresh milk, rejecting additives and preservatives”. She adds, “Whereas innovation means research, advanced machinery and the absolute certainty of product safety, guaranteed by an in-house analytical laboratory that monitors in detail each stage of processing and performs checks that only certain Italian universities are equipped to do”. A company, then, that has its roots in the past but that has followed the evolution of technology and the market, and that today, thanks in part to the entry of the third generation in the person of Alessandra, has undertaken a communication campaign that uses social media, racking up as many as 10,000 Facebook followers in a short time. A true success, especially in a niche market like cheese.*



La storia di Argiolas è anche fatta di amore per il proprio territorio.



Argiolas ha sempre mostrato una forte attenzione verso il benessere animale e il rispetto dei principi dell'allevamento biologico, ai quali si ispira la 'Linea Natura e Bontà'.

una pecorella particolare, per me unica, che sta diventando il simbolo della nostra azienda. Tramite lei possiamo raccontare i nostri valori in maniera divertente e leggera ed è molto amata dai nostri clienti". E poi il lavoro sui social che ha portato a contare 10.000 follower su Facebook. Un successo, soprattutto in un ambito come questo. Che cosa è stato fatto per raggiungere questo obiettivo? "La parola chiave è la trasparenza - dice Alessandra Argiolas -. Tramite la pagina Facebook i nostri clienti entrano nel nostro mondo. Conoscono chi ci lavora, quali sono le nostre ambizioni, possono vedere i pascoli dove gli allevatori tengono le pecorelle. Io penso che in un mondo dove ormai tutto è nascosto e artefatto questo sia davvero un dovere morale delle aziende, e soprattutto ci consente di poter dialogare costantemente con i nostri clienti".

Social marketing, ma anche nuove formule di vendita. Un esempio sono i packaging multi prodotto "Per valorizzare altre realtà del nostro territorio abbiamo implementato dei packaging multiprodotto, in abbinamento ad eccellenze del nostro territorio". E poi l'E-commerce, per far arrivare i sapori della Sardegna un po' ovunque, con un semplice click: "L'E-commerce credo possa essere una variabile importante per superare la condizione di insularità tipica delle aziende sarde. Noi ci abbiamo creduto e devo dire che inviare i nostri prodotti dall'altra parte del mondo, perché quel cliente ha scelto proprio Argiolas, ci riempie di orgoglio. Per noi è inoltre un ottimo strumento di comunicazione", prosegue. "Vendendo principalmente in maniera B2B non abbiamo modo di comunicare direttamente con i consumatori,

**Innovazione per Argiolas è ricerca, macchinari all'avanguardia e anche l'assoluta certezza della salubrità del prodotto.**

trasmettergli una serie di informazioni, o anche di gadget e ottenere degli importantissimi feedback, tutti elementi possibili grazie alla vendita diretta".

#### **Un modo etico di fare impresa**

Argiolas ha sempre mostrato una forte attenzione verso il benessere animale e il rispetto dei principi dell'allevamento biologico, ai quali si ispira la 'Linea Natura e Bontà'. Ma è soprattutto sulla sostenibilità che l'azienda sarda ha puntato. "Vi racconto con orgoglio del nostro lavoro quotidiano teso a ottimizzare i processi per la riduzione degli sprechi energetici. Al riguardo, ci siamo dotati di pannelli fotovoltaici per l'utilizzo di energia verde. E abbiamo anche un impianto di depurazione, che ci consente di reintrodurre nel ciclo biologico buona parte delle risorse utilizzate in produzione. Le nostre acque di produzione, infatti, possono essere riclassificate come acque irrigue e i fanghi prodotti possono essere utilizzati come concimi. La diffusione del benessere degli allevamenti è fondamentale nella nostra filiera, e avviene attraverso una puntuale selezione dei fornitori del latte e una collaborazione costante attraverso progetti come il 'Pagamento a Qualità'. Un percorso premiante, forte di incentivi sul prezzo base del latte, che utilizza parametri utili

a misurare l'effettivo stato di salute e la corretta alimentazione dell'allevamento. A questo aggiungiamo le linee biologiche, che anche queste nascono grazie alla collaborazione di brillanti allevatori che hanno deciso di scommettere in questo settore". E infine, non mancano collaborazioni avviate con le università, in particolare quella di Cagliari, che hanno permesso all'azienda di ottenere dei formaggi con caratteristiche salutistiche, nella maniera più naturale possibile: "Dai probiotici ai formaggi ad alto contenuto di CLA (acido linoleico coniugato) e Omega3, elemento fondamentale è che il processo è assolutamente naturale, basato sull'attenta selezione di pascoli e dell'alimentazione. Il controllo della filiera e la stretta collaborazione con gli allevatori sono necessari per garantire la riuscita del progetto. Questo studio è stato la pubblicazione sul British Journal of Nutrition, nel 2012 e ripreso da altre autorevoli riviste scientifiche". Infine, l'attività in Confindustria Giovani: "Per quel che riguarda la mia partecipazione all'Associazione, credo che sia stato un bellissimo momento di crescita personale, l'interazione costante con tanti brillanti giovani imprenditori è per me una preziosa fonte di riflessione e ispirazione e mi aiuta quotidianamente nell'affrontare la mia realtà di imprenditrice".

 @anto\_pelle

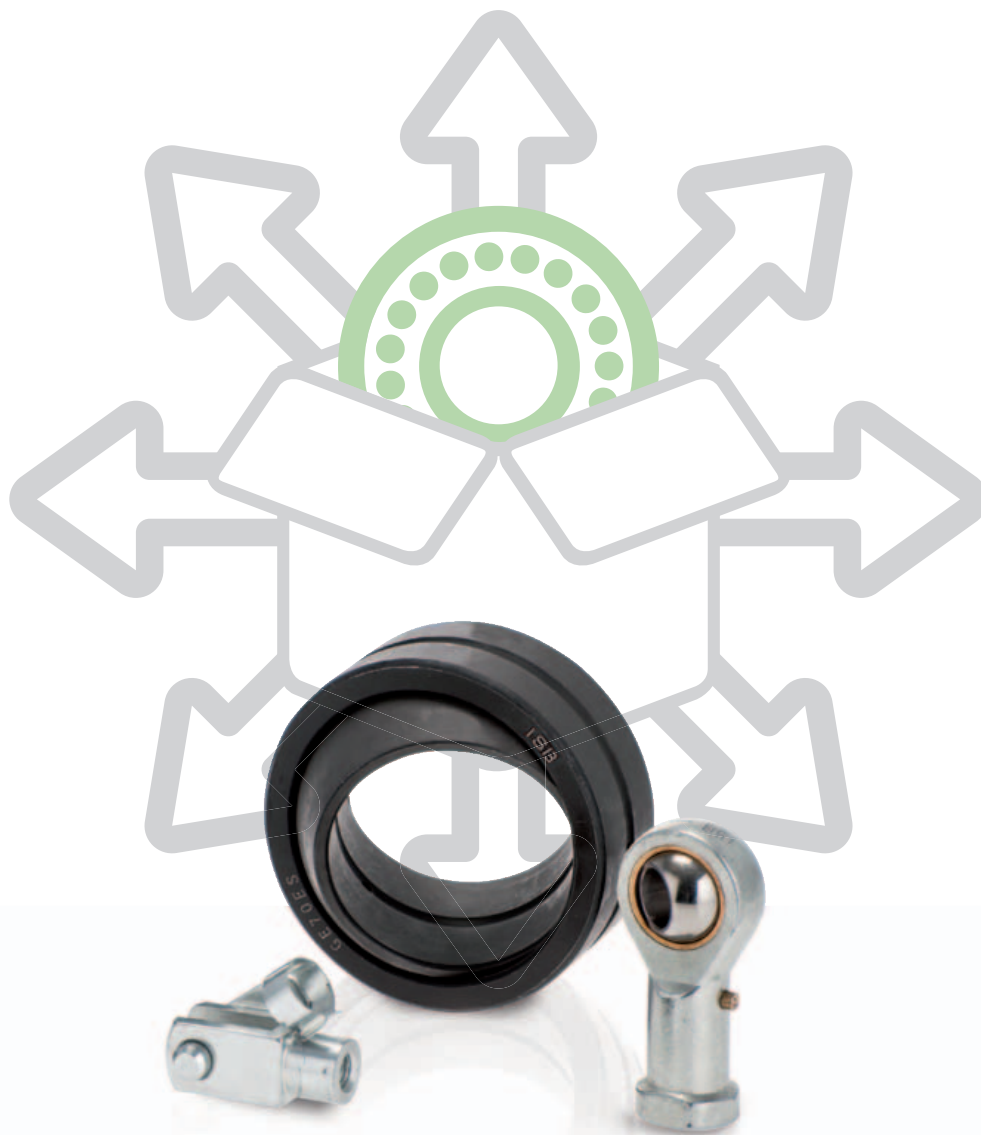




# IL SERVIZIO CHE CERCHI

ISB, una risposta ad ogni necessità

TM COMMUNICATION



**BEARINGS AND COMPONENTS**

Affidabilità, qualità e prestazioni sono i requisiti fondamentali dei componenti industriali. ISB ha scelto di creare una gamma completa per offrire soluzioni avanzate e un servizio tecnico di eccellenza.

Scegliere ISB è poter contare su un **partner affidabile in grado di offrire un servizio tempestivo ed una varietà di soluzioni come just in time e in kan ban.**



Aiutare le aziende ad affacciarsi ai nuovi mercati e individuare una strategia per raggiungere gli obiettivi di crescita. È questa la mission di MyChicJungle, che porta avanti utilizzando tre motori concentrici: digital, creatività e media strategy. Ci racconta come è nata l'idea e come è diventata realtà Jacopo Moschini, partner & CEO della società

di Antonella Pellegrini

# Parole, immagini... e pixel

**I**l mito del posto fisso è superato? Secondo i vari sondaggi sembrerebbe di no. Eppure c'è chi va in controtendenza. "Se c'è un posto fisso per antonomasia è quello alle Poste. Il sogno di tutti? Non esattamente. E quantomeno non lo è stato per me", dice Jacopo Moschini, partner & CEO di MyChicJungle, che ha intrapreso la propria sfida imprenditoriale dopo aver lasciato un ottimo impiego presso Poste Italiane. "Non era certamente un lavoro noioso, anche perché mi occupavo dell'e-commerce e del lan-

cio di nuovi prodotti. Avvertivo però la forte spinta a realizzare qualcosa di nuovo e di mio. E per quanto ne riconoscessi l'importanza e il valore, la mia volontà era quella di 'correre' verso nuovi orizzonti. Quando ho scelto di trasferirmi a Milano, per fare la Bocconi, dentro di me speravo di poter mettere in pratica gli studi nella veste di imprenditore".

Jacopo Moschini ha infatti un curriculum di tutto rispetto e, dopo la laurea in Bocconi e il master in imprenditorialità aziendale, decide di fare di testa propria

e investire in progetti personali, rigorosamente in ambito digital. È lui stesso a raccontarci come si è svolta questa nuova sfida imprenditoriale.

## Dall'idea alla realtà

La prima startup nasce già durante il master, una società attiva in ambito digitale della quale ha poi rivenduto l'idea. Ma la vera e propria avventura imprenditoriale è datata maggio 2012 quando insieme a Paolo Brogna hanno dato vita a MyChicJungle.

Non è 'solo' un'agenzia di comunicazione, assicura Jacopo Moschini. "Noi teniamo molto all'aspetto consulenziale. La nostra mission è quella di individuare una strategia per raggiungere gli obiettivi di crescita del cliente". È lui stesso a spiegarci come dalla fase progettuale i due soci siano riusciti a dar vita a una realtà che in poco tempo ha incontrato i favori del mercato.

Come nasce MyChicJungle? "Abbiamo individuato un gap all'interno delle PMI e realizzato che le aziende hanno bisogno di essere prese per mano e guidate per sfruttare tutte le opportunità che il digital può offrire. Ci muoviamo su tre motori concentrici: digital, creatività e media strategy. Il digital comprende molti aspetti, dalla progettazione del web design, alla creazione di siti vetrina, blog, portali istituzionali, gestionali, piattaforme e-commerce e APP, con particolare attenzione alla user experience e al responsive design, oltre a tutte le attività di web marketing volte all'indicizzazione e a rendere performanti le



in collaborazione con

CONFINDUSTRIA  
Giovani Imprenditori



piattaforme che sviluppiamo o ereditiamo dai clienti. L'altro motore è quello creativo, che genera pensiero: il motore propulsivo di tutta la comunicazione. Ed è il mezzo che trasforma la tecnologia in valore aggiunto. Perché la tecnologia sarebbe una banale commodity se dietro ad essa non vi fosse la creatività".

Per quanto riguarda la media strategy, MyChicJungle si impegna a valorizzare il progetto scegliendo i differenti media sui quali veicolare il prodotto: "Affiancando l'attività off-line a quella online punteremo al raggiungimento degli obiettivi mediante una media strategy", aggiunge. "Aiutiamo il cliente a pianificare tutta la comunicazione e grazie a un nostro network riusciamo a ottimizzare i loro investimenti sui media".

### Verso nuovi mercati

A chi si rivolge? "A tutti coloro che siano alla ricerca di un partner che possa offrire loro una consulenza integrata per capire come meglio muoversi nel web, nello sviluppo di una piattaforma e-commerce proprietaria o anche inserendoli all'interno della nostra piattaforma www.japal.it", dice. Il neonato japal.it è il canale ufficiale dei brand che rappresenta: si tratta di una vetrina per tutti i prodotti, permettendo la reperibilità della gamma. È

attivo da qualche mese e offre un servizio molto utile per tutte quelle aziende che vogliono commercializzare i loro prodotti, senza andare contro i canali tradizionali con la certezza dell'intero controllo e allineamento del prezzo.

"Siamo specializzati nel micro-picking - prosegue - e gestiamo vari prodotti di ogni tipo, dedicando ai singoli brand una pagina chiamata appunto 'brand page', personalizzata con il proprio 'look and feel'. La piattaforma www.japal.it si appoggia a un proprio magazzino logistico, e presto il numero dei marchi sarà ampliato. Stiamo infatti stipulando accordi con numerosi brand per diventare la loro vetrina ufficiale. Avendo poi la merce in magazzino siamo in grado di aprire altri canali di vendita in diversi marketplace e attraverso la vendita tramite la modalità 'flash sales'".

E tutto ciò anche oltre confine, per affrontare senza rischi i mercati emergenti. Pensiamo alla Cina e alle sue piattaforme, Taobao.com, Tmall.com, JD.COM, tanto per citarne alcune. Oppure al mercato americano. "Si sa che non è facile affacciarsi ai mercati esteri. Grazie al network, abbiamo sviluppato un know-how in grado di impostare il processo di internazionalizzazione delle aziende; le aiutiamo anche a convertire la pubblici-

## Words, images... and pixels

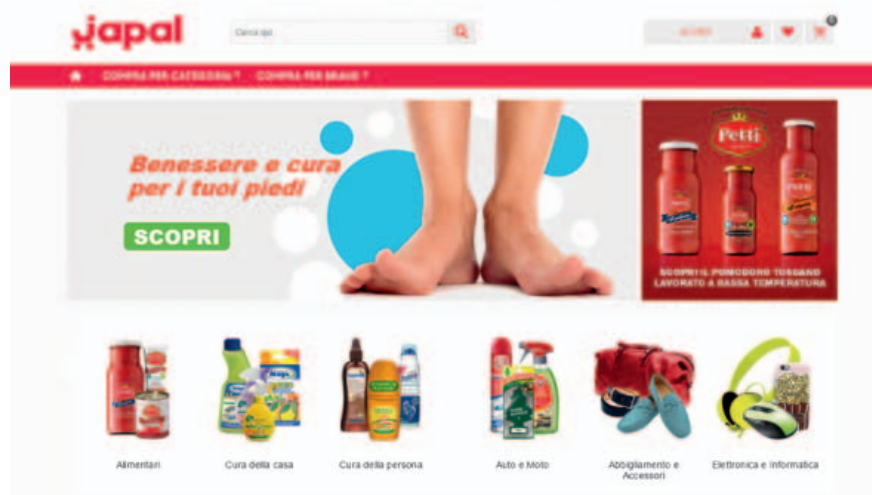
*Is the dream of a permanent job a thing of the past? According to various surveys it would seem not. Yet there are those who go against the current. "The permanent job par excellence is the post office. Everybody's dream? Not exactly. And at least it wasn't for me", says Jacopo Moschini, partner & CEO of MyChicJungle, who began his entrepreneurial challenge after leaving a great job with the Italian Postal Service. "It certainly wasn't a tedious job, because I was in charge of e-commerce and the launch of new products. But I felt the strong urge to do something new that was mine", he says, "and as much as I recognized the importance and value of what I was doing, my intention was to pursue new horizons. When I chose to move to Milan to attend Bocconi, I was hoping to be able to put my studies into practice as an entrepreneur". Indeed Jacopo Moschini has a respectable resume: after graduating from Bocconi and taking an MBA in entrepreneurship, he decided to do his own thing and invest in personal projects, strictly in the digital field. His first startup, launched while doing his Master, was a digital company for which he later sold the idea. But his first real business venture dates to May 2012, when he and Paolo Broglia created MyChicJungle. It's not 'just' a communications agency, Jacopo Moschini assures us. "The consultancy aspect is very important to us. Our mission is to find a strategy to achieve the growth objectives of the client". Here he explains how the two partners managed to go from the planning stage to create a business that now enjoys the attention and respect of the marketplace.*

tà che già utilizzano in Italia ai mercati esteri”.

Oltre a questi ambiti di operatività il team è in grado di aiutare i propri clienti in tutti i processi di gestione dello store, della logistica, del customer care e gestione commerciale per affrontare il mercato digitale in modo agile e veloce.

### Difficoltà e soddisfazioni

Le difficoltà non sono mancate soprattutto per due giovani che hanno dovuto affrontare un mercato competitivo, farsi conoscere e soprattutto sostenere anche dal punto di vista finanziario. “Difficoltà? È una fatica continua, ma una sfida che mi affascina e che fa parte dello spirito imprenditoriale. Il mio socio ed io siamo partiti da zero, senza capitale, se non mettendo a disposizione le rispettive liquidazioni, i risparmi dei primi anni di lavoro. Abbiamo avuto difficoltà nell’accesso al credito proprio per il fatto di non aver voluto un investitore alle spalle. Oggi è un po’ diverso le banche iniziano a essere più proattive anche se in Italia senza garanzie è ancora piuttosto complicato ricevere dei finanziamenti”. Detto questo, appare evidente che è un percorso



[www.japal.it](http://www.japal.it) è una piattaforma di e-commerce, attiva da qualche mese che offre un servizio di grande utilità a tutte quelle aziende che vogliono commercializzare i loro prodotti.

che ha portato tante soddisfazioni. “Innanzitutto tutto dal lato umano: siamo un’azienda di consulenza e le risorse umane sono la nostra forza e grande ricchezza. E poi il rapporto con Confindustria, un’ottima opportunità nata per caso, quando siamo stati premiati per il progetto ‘far volare Milano’, con la start-up Leonardi Milano che tratta la commercializzazione del ‘su misura Made in Italy’ attraverso un configuratore web based.”. L’iniziativa ‘far volare Milano’, voluta dal presidente di Assolombarda, Rocca, prevedeva 50 progetti per rendere Milano una grande area metropolitana, con la premiazione

di una ventina di start-up, cui è stata regalata l’associazione gratuita per i primi cinque anni di vita. “Dopo l’ingresso in Assolombarda abbiamo subito aderito a Confindustria Giovani e nel giro di pochi mesi sono entrato in commissione nazionale per il ‘Made in Italy’ a Roma. È stata una crescita innanzitutto personale, ma anche professionale, con l’opportunità di fare network e allargare il giro delle conoscenze. Confrontarsi per migliorare e condividere esperienze è fondamentale per fare impresa. Soprattutto nell’ambito della comunicazione”.

 @anto\_pelle


**Tiger-tec® Gold**  
**Scegli il meglio,**  
**scegli "Gold".**



**Brillanti prospettive per chi desidera il meglio: Tiger-tec® Gold**

Se doveste scegliere ora fra massima vita utensile, sicurezza di processo senza compromessi e massima produttività, quale sarebbe la vostra scelta? Scegliete di non scendere a compromessi. Rimanete fedeli ai vostri standard di alto livello. Scegliete Tiger-tec® Gold.

[walter-tools.com](http://walter-tools.com)

 **WALTER**  
Engineering Kompetenz

# OMIT

*Fluid power handling*

## ACCUMULATORI

**NEW**



**PROGETTIAMO E COSTRUIAMO ACCUMULATORI PER SODDISFARE OGNI VOSTRA ESIGENZA**

SCAMBIATORI DI CALORE

FILTRAZIONE

ACCESSORI

ACCOPPIAMENTI ELASTICI

FLANGE - RACCORDI - BLOCCHI

ACCUMULATORI

**OMT S.p.A.** Via Lombardia, 14 - 24040 CALVENZANO - (Bergamo) Italy  
Tel. +39 0363 860 311 - Fax +39 0363 335 636  
[www.omtfiltri.com](http://www.omtfiltri.com) - [omt@omtfiltri.com](mailto:omt@omtfiltri.com)





L'ITALIA CHE LAVORA IN ITALIA

# L'ITALIA DEL FARE



**COMPONENTI OLEODINAMICI PNEUMATICI**

21019 Somma Lombardo (VA) Italy via Goito, 60 +39 0331 988 411 [tognella@tognella.it](mailto:tognella@tognella.it)

[www.tognella.it](http://www.tognella.it)



# Verso un'Italia 4.0

di Alberto Giordano

Il Piano nazionale Industria 4.0 nasce con il preciso scopo di dare una scossa allo sviluppo e alla innovazione, facendo leva sulle più moderne tecnologie. Proviamo a fare un po' di chiarezza per capire come orientarsi tra incentivi fiscali, finanza agevolata, investimenti in tecnologie e competenze, consulenza diretta

**L**a quarta rivoluzione industriale - Industry 4.0 - raccolse un primo interesse nel 2011 in Germania. Il fenomeno è poi giunto alla ribalta internazionale nel gennaio scorso in occasione del World Economic Forum 2016, intitolato 'Mastering the Fourth Industrial Revolution'. Questa rivoluzione si incardina sull'utilizzo di macchine intelligenti, interconnesse e collegate a Internet, sulla connessione tra sistemi fisici e digitali, sulle analisi complesse attraverso Big Data e gli adattamenti real-time. Tra le tecnologie abilitanti rientrano i robot collaborativi interconnessi e rapidamente programmabili, le stampanti in 3D connesse a software di sviluppo digitali, la realtà aumentata a supporto dei processi produttivi, la si-

mulazione tra macchine interconnesse per ottimizzare i processi, l'integrazione delle informazioni lungo la catena del valore dal fornitore al consumatore, la comunicazione multidirezionale tra processi produttivi e prodotti, la gestione di elevate quantità di dati su sistemi aperti, la sicurezza durante le operazioni in rete e su sistemi aperti, l'analisi di un'ampia base dati per ottimizzare prodotti e processi produttivi.

Il Piano nazionale Industria 4.0 nasce con il preciso scopo di dare una scossa allo sviluppo e alla innovazione, facendo leva su queste tecnologie. Si tratta di un piano organico per il periodo 2017-2020, con un notevole impegno economico sia per lo Stato (per circa **13 miliardi** di euro) sia come leva per i privati (per circa **24 miliardi**).

## Le misure previste

Nel 2017 si mobileranno investimenti privati per 10 miliardi in più e nell'arco di piano **un delta di 11,3 miliardi per ricerca e innovazione**. Gli investimenti si riferiscono a tecnologie Agrifood, Bio-based economy e a supporto dell'ottimizzazione dei consumi energetici. Gli incentivi non sono più messi a bando. È strutturato su **incentivi fiscali orizzontali**.

Tra le misure previste, anche tempi più lunghi per il **superammortamento** (prorogato a un anno), per l'iperammortamento, (incremento dell'aliquota al 250% per i beni Industria 4.0), incentivi per ricerca e sviluppo, una rimodulazione del credito d'imposta (incrementale, raddoppiando l'aliquota dal 25 al 50% per la spesa interna, con un **credito**



massimo da 5 fino a 20 milioni di euro). Per quanto riguarda il quadro di riferimento economico in Italia, l'economia italiana ha registrato un crollo del valore aggiunto di circa il 17,0% tra il 2007 e il 2014. Il 50% di questa caduta è strutturale non ciclica. Dall'industria di trasformazione originano altresì gran parte degli sforzi innovativi del sistema produttivo italiano (il 72,1% delle spese in Ricerca & Sviluppo) e la quasi totalità dell'export (l'82,3%). Per ogni euro investito nel manifatturiero si produce un effetto moltiplicatore quasi doppio sull'intera economia italiana (1,83 euro), superiore anche a quello delle costruzioni (1,76).

### Oltre confine

Su Industria 4.0 i principali Paesi hanno già predisposto piani d'intervento mirati. Negli Stati Uniti (Manufacturing Usa) è

in atto il coinvolgimento di network d'istituti e di laboratori di eccellenza, per la diffusione tecnologica e delle competenze. Partnership tra settore pubblico e privati. Si prevede la presenza anche grandi partner privati nel settore ICT e università. Impegno pubblico pari a circa 0,5 miliardi di dollari. Priorità è il supporto con fondi pubblici di progetti di ricerca.

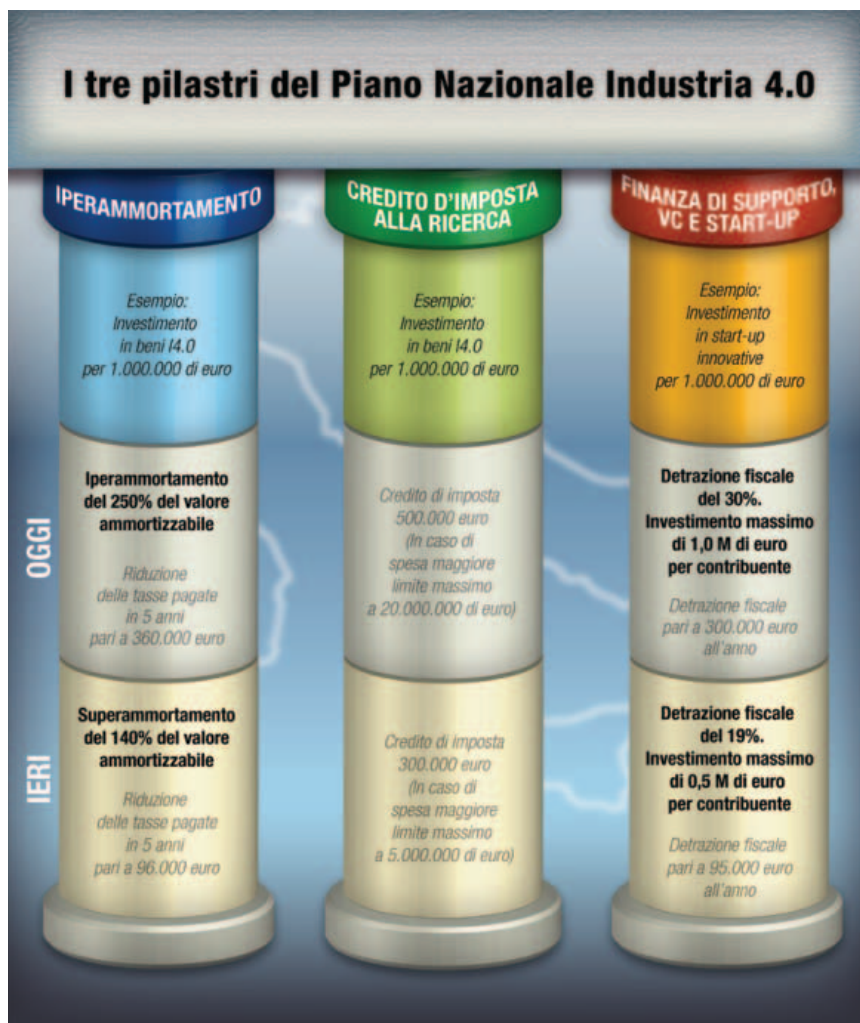
In Francia (Industrie du Futur), il piano di reindustrializzazione e d'investimento in tecnologie Industry 4.0 coordinato a livello di governo centrale. Impegno pubblico superiore ai 10 € Mld. Le principali manovre riguardano: gli incentivi fiscali per investimenti privati; i prestiti agevolati.

La Germania (Industrie 4.0) ha messo a punto un piano d'azione sostenuto a livello federale con il coinvolgimento di grandi partner industriali e tecnologici. Impegno pubblico pari a circa 1 miliardo

## Towards an Italy 4.0

*The fourth industrial revolution - Industry 4.0 - first sparked interest in 2011 in Germany. The phenomenon then came to international prominence last January at the 2016 World Economic Forum, entitled 'Mastering the Fourth Industrial Revolution'. This revolution hinges on the use of intelligent interconnected machines that are in turn connected to the Internet, on the interrelation between physical and digital systems, and on complex analysis using big data and real-time adaptations. Among the enabling technologies are interconnected and rapidly programmable collaborative robots, 3D printers connected to digital development software, augmented reality to support the production process, simulation between interconnected machines to optimize processes, information integration along the value chain from supplier to consumer, multidirectional communication between production processes and products, the management of large amounts of data on open systems, security of operations performed on networks and open systems, and analysis of a wide database to optimize products and production processes.*

*In 2017, 10 billion in new private investments will be mobilized, and over the plan an additional a delta of 11.3 billion for research and innovation. The investments target agrifood technologies, the bio-based economy and the optimization of energy consumption. The incentives are not put out to tender. And it is structured on horizontal tax incentives. The envisaged measures include an extension of one year for superamortization and hyperamortization (the latter with a rate increase to 250% for 4.0 goods), research and development incentives, a reshaping of tax credits (incremental, doubling the rate from 25 to 50% for domestic spending, with a maximum credit from 5 up to 20 million euro).*





## Gli obiettivi previsti

Secondo le Diretrici di accompagnamento gli obiettivi da raggiungere sono così sintetizzabili:

**Banda Ultra Larga** - 100% delle aziende coperte a 30 Mbps e almeno 50% delle aziende coperte a 100 Mbps, entro il 2020, tramite investimenti pubblici e privati (6 miliardi di euro).

**Fondo Centrale di Garanzia:** Riforma e rifinanziamento per l'anno 2017 del Fondo Centrale di Garanzia con focus su copertura investimenti Industry 4.0 (22 miliardi di euro).

**Made in Italy** - Forte investimento su catene digitali di vendita e incremento del supporto alle PMI (centri tecnologici, workshop, formazione) (1 miliardo di euro).

**Contratti di Sviluppo** - Negoziazione ed erogazione di finanziamenti personalizzati in base alle esigenze specifiche delle imprese con priorità su progetti Industry 4.0 (2,8 miliardi di euro)

**Scambio Salario/ Produttività** - Rafforzamento dello scambio salario produttività.

Per quel che riguarda il digital manufacturing e il Made in Italy si prevede che **100 milioni di leva possano mobilitarne 1 miliardo**. Anche se rispetto ai circa 10 miliardi complessivi di impegno pubblico per le diretrici d'accompagnamento **questo costituisce solo l'1% dei fondi**, l'effetto leva generato sul mercato può essere fondamentale.

L'ultimo rapporto della Fondazione 'Make in Italy' stima che l'upgrade della manifattura italiana al **digital manufacturing** genera un valore addizionale della produzione di oltre **8 miliardi di euro** su base annua. In termini di valore aggiunto una generalizzazione della diffusione di queste tecnologie coincide con un delta di oltre 4 miliardi di euro. Con un ritorno occupazionale di circa **40 mila nuovi posti di lavoro** nell'intero comparto.

(Fonte : Mise)

di euro. Le principali manovre riguardano: finanziamenti per la progettualità aziendale e per i centri di ricerca applicata; agevolazioni fiscali per investimenti in start-up tecnologiche

### Due diretrici strategiche

Il Piano Industria 4.0 prevede due 'Diretrici chiave' (investimenti innovativi e competenze) e due 'Diretrici di accompagnamento' (infrastrutture abilitanti e strumenti pubblici di supporto). Le Diretrici chiave comprendono investimenti innovativi, ovvero investimenti privati su tecnologie e beni Industry 4.0; spesa privata in Ricerca, Sviluppo e Innovazione; finanza a supporto di Industry 4.0, venture capital e start-up.

Competenze: diffusione della cultura Industry 4.0 attraverso scuola digitale e alternanza scuola lavoro; sviluppo delle competenze Industry 4.0 attraverso percorsi universitari e Istituti Tecnici Superiori dedicati; finanziamento della ricerca Industry 4.0 potenziando i cluster e i dottorati; creazione di competence center e digital innovation hub.

Le Diretrici di accompagnamento riguardano le infrastrutture abilitanti, ovvero sostegno per adeguate infrastrutture di rete (piano banda ultra larga); collaborazione alla definizione di standard e criteri di interoperabilità IoT.

Per quanto riguarda gli strumenti pubblici di supporto, questi devono offrire garanzia per gli investimenti privati; supporto ai grandi investimenti innovativi; rafforzamento e innovazione del presidio di mercati internazionali; supporto allo scambio salario-produttività attraverso la contrattazione decentrata aziendale.

### Il quadro degli interventi

In termini economici gli interventi prevedono interventi pubblici e privati così programmati.

Investimenti innovativi: incremento investimenti privati da 80 a 90 miliardi di euro nel 2017; +11,3 miliardi di euro di spesa privata in R&S&I con maggiore focus su tecnologie Industry 4.0 nel periodo 2017-2020; +2,6 miliardi di euro volume investimenti privati early stage mobilita-

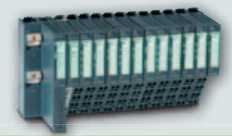
ti nel periodo 2017 - 2020; Competenze: 200.000 studenti universitari e 3.000 manager specializzati su temi Industry 4.0; +100% studenti iscritti ad Istituti Tecnici Superiori su temi Industry 4.0; circa 1.400 dottorati di ricerca con focus su Industry 4.0; competence center nazionali. Infrastrutture abilitanti: 100% delle aziende italiane coperte a 30 Mbps entro il 2020; 50% delle aziende italiane coperte a 100Mbps entro il 2020; 6 consorzi in ambito standard IoT presidiati in aggiunta ai tavoli istituzionali a partire dal 2017

Strumenti di supporto pubblico: +0,9 miliardi di euro Riforma e rifinanziamento per il 2017 del Fondo Centrale di Garanzia; +1 miliardi di euro per i Contratti di sviluppo focalizzati su investimenti Industry 4.0; +0,1 miliardi di euro Forte investimento su catene digitali di vendita (Piano Made in Italy); Scambio salario - produttività tramite incremento RAL e limite massimo agevolabile

I benefici economici per le imprese sono dettagliati raffrontandoli con la situazione ex ante.

# SLIO Compact 013

(Con IO integrate, superveloce)



**Solo chi sa creare qualcosa di originale...  
... può creare qualcosa di innovativo!**

La CPU compatta VIPA SLIO 013 unisce la CPU PLC con tecnologia SPEED7 integrata a canali di ingressi/uscite analogici e digitali e canali dedicati con speciali funzioni tecnologiche in un unico alloggiamento. Le velocità di elaborazione sono elevatissime 10 ns (nano secondi) per le operazioni Bit/Word/virgola fissa e 60ns per quelle a virgola mobile molto superiori a qualsiasi PLC di simile gamma. Il bus di comunicazione tra CPU ed IO aggiuntive (fino a 64 moduli) con velocità a 48 Mbit/s rende velocissima l'acquisizione di dati dalle IO.

- Work Memory (RAM): 64...128 kByte espandibile tramite SD card
- Fino a 64 moduli SLIO di tutti i tipi
- Programmazione via SPEED7 Studio / Simatic Manager / TIA (& WinPLC7)



# VIPA

A YASKAWA COMPANY

VIPA Italia s.r.l.

Via Lorenzo Bernini, 4

I-25010 San Zeno Naviglio (BS)

Tel. 030 21 06 975

Fax 030 21 06 742

[www.vipaitalia.it](http://www.vipaitalia.it)

[info@vipaitalia.it](mailto:info@vipaitalia.it)

## VIPA Italia per avere Servizio, Supporto e Convenienza

**YASKAWA + VIPA = TOTAL SOLUTION**

**VIPA**  
A YASKAWA COMPANY

SPRiPM+V1000 = Energy Saving



IE4+





# Tassazione alle imprese: l'Italia batte tutti (in negativo)

Il recente caso Apple - Irlanda ha riproposto una questione ancora non risolta: creare una base imponibile comune a tutti i Paesi europei e trovare una formula per tassare allo stesso modo i profitti delle aziende. L'Italia è al primo posto nella classifica mondiale per quanto riguarda il prelievo fiscale alle imprese

di Alberto Giordano

**L**a Commissione europea ha recentemente preso la controversa decisione, senza precedenti, di far pagare alla Apple le tasse eluse in Irlanda. Si tratta di almeno 13 miliardi di euro di tasse non versate. La tassazione favorevole di cui ha usufruito Apple è stata considerata un aiuto di stato. Apple e lo stesso governo irlandese intendono però ricorrere in appello contro la decisione, cosa che l'azienda statunitense aveva già detto di essere intenzionata a fare nel caso di un trattamento ritenuto 'non equo' da parte delle autorità europee. Il governo irlandese intende ricorrere altresì contro la UE per non incassare i 13 miliardi. La vicenda Apple segue analoghe vertenze che hanno coinvolto Fiat e Star-

bucks chiamate nell'autunno del 2015 a versare tra i 20 e i 30 milioni di euro per i vantaggi fiscali ottenuti da Lussemburgo e Olanda. Sempre secondo i calcoli di Bruxelles sia Fiat sia Starbucks avrebbero pagato tasse in Olanda e Lussemburgo dello 0,4% e 0,6% rispettivamente.

## **Dove vanno le multinazionali?**

Le attuali imposizioni fiscali infatti per società e utili nei singoli Paesi dell'Unione Europea sono assolutamente disallineate. Le multinazionali hanno così la facoltà non solo d'insediarsi fisicamente nei Paesi che assicurano migliori condizioni fiscali, ma anche d'implementare modelli manageriali, produttivi e di transfer price per spostare all'interno del gruppo ricavi e

costi in modo da limitare l'impatto sulle tasse. Per rispondere a questa situazione già lo scorso 8 dicembre 2015 la Commissione Europea ha varato la Direttiva 2376 che prevede lo scambio automatico tra le amministrazioni fiscali dei rulling preventivi di natura cross border e dei cosiddetti Apa (accordi preventivi con l'autorità fiscale sulla determinazione dei prezzi di trasferimento). Questa Direttiva deve essere attuata da parte degli Stati Uniti entro il 31 dicembre 2016 e applicata dal 1 gennaio 2017, con riguardo a rulling emessi, modificati o rinnovati dopo il 31 dicembre 2016, oltre che a certe condizioni, a ruling pregressi. L'iniziativa si basa sul piano Beps (Base erosion and profit shifting), promosso da Ocse dal 2013, per



## Il quadro comparato delle imposte in Europa

Quanto sono distanti tra loro i Paesi europei sul fisco delle imprese? Agli antipodi ci sono la Bulgaria (10%) e l'Irlanda da una parte, Francia e Italia dall'altra. L'Irlanda, al di là degli accordi con Apple, si conferma il Paese più conveniente. Il punto di forza è l'aliquota del 12,5% sulle attività produttive, industriali e commerciali, custodito gelosamente anche durante il programma di salvataggio di Unione Europea UE e FMI dal 2010 al 2013. C'è anche un'aliquota meno nota, pari al 25%, per le attività di investimento e di partecipazioni che la porrebbe oltre la media UE, ma è ridotta per la contemporanea esenzione dei dividendi e delle plusvalenze per le prime e per un'imposta del 6,25% per l'utilizzo dei brevetti per le seconde. In Francia l'aliquota nominale è del 33,3% tra le più alte tra i Paesi considerati insieme al Belgio. A questo Parigi abbina un regime per ammortamenti, innovazione e sviluppo meno efficace. Passare dalla pressione del 12,5% dell'Irlanda a un corporate tax rate di oltre il 31% come in Germania o in Italia (tra Ires e Irap, senza contare il prelievo sul lavoro che spinge il total tax rate tricolore a un livello tra i più elevati al mondo e ben oltre il 60%), significa porre le condizioni per provocare effetti negativi sulla concorrenza all'interno dei confini UE.

sconfiggere le strategie di arbitraggio tributario di cui le multinazionali hanno abusato in questi anni. Si prevede infatti lo scambio spontaneo d'informazioni su certe tipologie di ruling con uno spettro più ampio della Direttiva comunitaria.

### Il caso Apple -Irlanda

La Commissione europea ha condannato la società informatica americana al rimborso di tasse non versate per via di un accordo fiscale illegittimo (tax ruling, in inglese). L'ammontare è record si parla di circa 13 miliardi di euro a cui bisogna aggiungere gli interessi. Secondo Bruxelles, Apple ha goduto di aiuti illegali per oltre due decenni. Il caso Apple - Irlanda mostra però una peculiarità nell'ambito delle distorsioni esistenti del modello comunitario alla luce della ulteriore discrezionalità che alcuni Paesi hanno scelto di esercitare concedendo in prevalenza a multinazionali della digital economy condizioni fiscali più favorevoli rispetto a quelle praticate attraverso i cosiddetti ruling internazionali, ovvero accordi ad hoc grazie ai quali in cambio della creazione dei posti di lavoro e di un contributo aggiuntivo al prodotto interno lordo nazionale, le big company hanno potuto beneficiare di più ampi sconti che hanno diluito, in alcuni casi in modo straordinario, le aliquote fiscali reali.

Secondo la Commissione Europea nel 2011 Apple avrebbe registrato profitti

per 22 miliardi di dollari (16 miliardi di euro) ma grazie agli accordi fiscali con l'Irlanda solo 50 milioni di euro sono stati considerati imponibili in Irlanda. Ben 15,95 miliardi di euro di profitti hanno eluso l'imposta. Di conseguenza Apple Sales International ha pagato meno di 10 milioni di euro di imposta sulle società in Irlanda nel 2011, pari a un tasso d'imposizione di circa lo 0,05% sui profitti annuali totali. Anche Apple Operations Europe ha beneficiato dello stesso regime fiscale nello stesso periodo. La normale aliquota irlandese è del 12,5%. L'ammontare riguarda il periodo 2003-2014. È il governo irlandese che deve decidere l'esatto ammontare del rimborso e le modalità con le quali Apple dovrà rimborsare le tasse non versate. La presa di posizione giunge dopo una inchiesta durata quasi tre anni.

### I precedenti

Bruxelles ha scoperto negli anni scorsi che alcuni Paesi europei - in particolare l'Irlanda, il Lussemburgo e l'Olanda - hanno distribuito alle società internazionali surrettizi aiuti di Stato, concedendo alle aziende generosi accordi fiscali in cambio d'investimenti sul territorio nazionale. I cosiddetti tax ruling sono considerati in violazione delle regole sulla libera concorrenza.

In passato, la Commissione condannò al rimborso di tasse non versate sia Starbucks, che aveva goduto di un

## Taxing businesses in Europe. Italy at the top (i.e. bottom)

*The recent Apple/Ireland case revived an issue that remains unresolved: how to create a tax base common to all European countries and find a formula to tax corporate profits in the same way. Italy ranks first in the world ranking with regard to the tax burden on businesses.*

*The European Commission recently took the unprecedented decision to charge Apple with tax evasion in Ireland, charging it with at least 13 billion euro in unpaid taxes. The favorable taxation from which Apple benefited was considered state aid. However, Apple and the Irish government intend to appeal the decision, which the US company had already said that they would do in the event of treatment by European authorities deemed 'unfair'. The Irish government also intends to file against the EU to not accept the 13 billion. The Apple story follows similar disputes involving Fiat and Starbucks, sentenced in the fall of 2015 to pay between 20 and 30 million euro for the tax benefits obtained from Luxembourg and the Netherlands. According to calculations from Brussels, both Fiat and Starbucks paid taxes in the Netherlands and Luxembourg at 0.4% and 0.6% respectively.*

*Indeed, the current taxation fact on companies and revenues in the individual EU countries are totally misaligned. The multinationals thus have the possibility not only of physically settling in the countries that provide better tax conditions, but also to implement managerial, production and transfer pricing models to move costs and revenues within the group in order to limit the impact on taxes.*





La Commissione Europea ha condannato Apple al rimborso di tasse non versate per via di un accordo fiscale illegittimo (tax ruling). Contro Google, un procedimento non ancora chiuso, definita dominante nei mercati di ricerca generale su Internet.

accordo fiscale in Olanda, sia Fiat, che aveva beneficiato di una intesa simile in Lussemburgo. Allora, le cifre furono pari ad alcune decine di milioni. Entrambi i governi hanno deciso di fare ricorso dinanzi alla Corte Europea di Giustizia. Nei fatti, gli accordi fiscali sono ritenuti illegali quando offrono all'azienda coinvolta un vantaggio non concesso ai suoi concorrenti.

Apple dal suo punto di vista sostiene che la Commissione voglia riscrivere la storia di Apple in Europa, ignorando le leggi fiscali irlandesi. La decisione può avere un profondo e negativo impatto sugli investimenti e l'occupazione in Europa.

Resta da vedere come si chiuderà il procedimento aperto dalla Commissione Europea nei confronti di Google che

fu definita da Bruxelles dominante nei mercati dei servizi di ricerca generale su Internet, dei sistemi operativi per gli apparecchi mobili che si possono dare in licenza e negli app store del sistema operativo mobile Android.

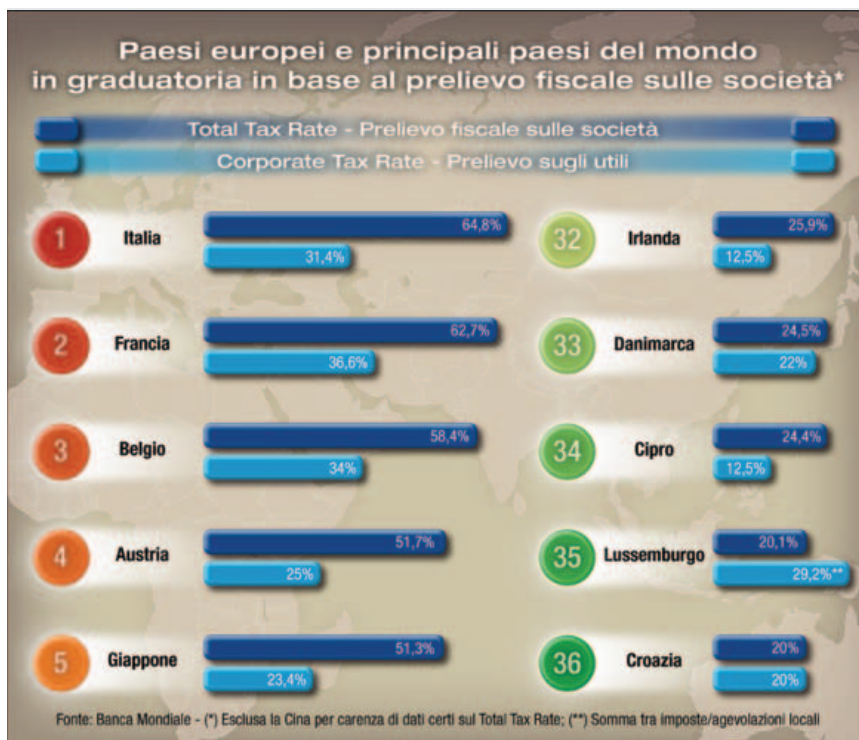
Google detiene infatti quote di mercato di oltre il 90% in ciascuno di questi mercati, precisò l'Antitrust che comunque non ha ancora chiuso il procedimento.

Alla luce delle cifre contestate e che l'Irlanda dovrebbe recuperare da Cupertino, Microsoft, nel duello ingaggiato con l'allora commissario Monti se l'è cavata non male. La società fondata da Bill Gates, accusata di abuso di posizione dominante pagò nel 2004 una multa di 497,2 milioni di euro con l'obbligo di fornire una versione del sistema operativo senza il lettore multime-

diale, nonché di condividere le informazioni relative ai server con i rivali.

### La proposta della Commissione Europea

La proposta per creare una base imponibile comune (Common consolidated corporate tax base o CCCTB) era nata già nel 2011, e da allora è rimasta ferma nel Consiglio Ecofin, che non ha mai voluto affrontare una questione così sensibile. Certamente hanno pesato gli interessi di Paesi come l'Irlanda, da sempre determinata a difendere il proprio regime fiscale allettante per le imprese. Ma ora il clima è cambiato. Con la decisione su Apple, la Commissione ha fatto capire anche a Dublino che la sua politica non è più tollerabile, e che altri 'regali' simili alle imprese saranno giudicati contrari alle norme UE sugli aiuti di Stato, quindi punibili direttamente da Bruxelles, senza passare dagli Stati. Tuttavia, a oggi, nella maggior parte dei Paesi membri della UE, la sovranità fiscale è considerata tuttora intangibile e sotto questo profilo non pare ci siano margini di intervento per riequilibrare il sistema. La Commissione Europea può così sperare di avere consenso su una proposta di legislazione comune che armonizzi il sistema se lascia un certo margine di manovra, almeno sulle aliquote, ai Paesi membri. La proposta che viene presentata in questi mesi seguirà così un approccio graduale, suddiviso in due fasi: nella prima si troverà una definizione comune di 'profitti tassabili', e nella seconda si stabilirà una formula per tassarli in modo equo nei diversi Stati UE. La formula terrà conto della grandezza dell'azienda multinazionale, del numero di lavoratori, del tipo di attività delle filiali e di altre specificità.



# Fai Filtri investiamo nella qualità

100000  
10000  
8000  
6000  
4000  
2000  
0  
-2000  
-4000  
-6000  
-8000

Jan Feb Mar Apr May Jun Jul Aug

Success  
Solution  
Business Strategy  
Innovation  
Branding  
Solutions  
Marketing  
Analysis  
Ideas  
Success  
Management  
SOCIAL NETWORK

L'attenzione per il cliente riceve grande impulso dagli investimenti operati da Fai Filtri negli ultimi anni, che segnano uno sviluppo sia in termini di fatturato che di visibilità globale. L'investimento più recente è il potenziamento della linea di produzione Spin-On, da sempre il core business di Fai Filtri: una linea ora completamente automatizzata, con controlli al 100% e con un aumento della produttività praticamente raddoppiato, fino a raggiungere 1.700.000 prodotti annuali. Di questa produzione fanno parte le serie DCC, DFN, DFF, DSP: elementi filtranti e cartucce avvitabili (spin-on) per la separazione aria/olio a cestello, idonee al montaggio su compressori rotativi a vite e a palette dei maggiori costruttori e intercambiabili ai maggiori produttori di filtri separatori.

*Fai Filtri: A Quality Filtration Company*





Si intravede una luce in fondo al tunnel per quanto riguarda l'occupazione giovanile in Italia, anche se ci sono ancora ostacoli da superare. Di seguito un viaggio che parte dai dati Isfol e si sviluppa attorno alle esperienze di aziende quali Bosch, Apple e Accenture e dei centri di formazione

di Stefano Belviolandi

# Porte aperte ai giovani!

**D**urante la recessione il lavoro ha assunto forme nuove e spesso inconsuete. Le strategie messe in atto per tamponare gli effetti della crisi hanno generato comportamenti di difficile lettura ma, dalle analisi dell'Isfol sulle attivazioni di rapporti di lavoro, si è registrato un aumento di nuovi contratti a tempo indeterminato, in particolare attraverso la trasformazione di contratti a termine e sotto la spinta di un incentivo di tipo economico (tramite lo sgravio triennale disposto dalla legge di stabilità 2015) e di uno di tipo normativo (il contratto a tutele crescenti introdotto dal Jobs Act). Una forma contrattuale, quest'ultima, salutata favorevolmente dal Cnos Fap (Formazione professionale salesiana) che, per voce di Don Mario Tonini, direttore amministrativo ed ex direttore generale, "emerge chiaro l'obiettivo primario del Jobs Act di creare nuova occupazione stabile. Si rivela importante il fatto che al centro della riforma ci

sia il contratto a tempo indeterminato come forma di assunzione privilegiata".

## Cosa dice l'Istat?

Dopo la crescita registrata tra giugno e agosto (+0,5%) e il calo di settembre (-0,2%), a ottobre 2015 la stima degli occupati diminuisce ancora dello 0,2% (-39 mila). Il calo è determinato dagli indipendenti mentre i dipendenti restano sostanzialmente invariati. Il tasso di occupazione diminuisce dello 0,1%, arrivando al 56,3%. Su base annua l'occupazione cresce dello 0,3% (+75 mila persone occupate) e il tasso di occupazione di 0,4 punti. La stima dei disoccupati a ottobre diminuisce dello 0,5% (-13 mila); il calo riguarda le donne e la popolazione di età superiore a 34 anni. Il tasso di disoccupazione, pari all'11,5%, resta invariato dopo il calo dei tre mesi precedenti. Nei dodici mesi la disoccupazione diminuisce del 12,3% (-410 mila persone in cerca di lavoro) e il tasso di disoccupazione

di 1,4 punti. Pur con alcune eccezioni, la coerenza tra il percorso di studi e le attività di lavoro assume sempre meno peso nella scelta del lavoro (per il 62,8% degli intervistati), a favore di un contesto occupazionale che garantisca buone relazioni tra pari (89,8%), una retribuzione adeguata (per il 92,5%) e soprattutto un livello elevato di salute e sicurezza sul luogo di lavoro (93,7%). Appurato che i giovani hanno voglia di lavorare, nonostante le difficoltà del momento, emerge una nuova figura di 'giovane lavoratore'. Secondo una recente indagine Ipsos-Junior Achievement in collaborazione con Citi Foundation, è emerso che più del 60% del campione analizzato ha una mentalità imprenditoriale, o meglio il futuro lavorativo è visto come trampolino di lancio per sviluppare un proprio progetto.

Secondo un recente rapporto della commissione Europea ripreso da Il Sole 24Ore, i giovani sono più istruiti ma sono anche



senza lavoro. Secondo il rapporto l'82% dei ragazzi in UE, tra i 18 e i 24 anni, ha completato il ciclo scolastico ma 8,7 milioni di ragazzi tra i 18 e i 29 anni non hanno lavoro e 13,7 milioni non solo sono disoccupati ma non seguono nemmeno alcune attività di formazione o training.

### Le motivazioni

L'indagine Isfol sulle transizioni dalla formazione al lavoro, che ha coinvolto 45mila giovani fra i 20 e i 34 anni, ha consentito di restituire la visione, tutt'altro che immaginifica, che i giovani italiani hanno del lavoro. Diversamente da certe rappresentazioni, per i giovani sempre più spesso il lavoro ha una funzione strumentale ed è finalizzato al sostentamento economico e, in secondo luogo, al perseguimento dei propri interessi. A questo proposito è rilevante considerare l'idea che il Cnos Fap (Formazione professionale salesiana) ha sul concetto 'sociale' di lavoro. Secondo Tonini "questo concetto sarebbe importante estenderlo anche a coloro che, soprattutto giovani, sono alla ricerca di un lavoro. Il giovane deve potersi avvicinare al mondo del lavoro comprendendo che, attraverso la futura occupazione, potrà dignitosamente contribuire al benessere economico comune e nel contempo porre in essere la sua autorealizzazione. È per questo che, a nostro avviso, per prepararsi ad entrare nell'ambito lavorativo non si può prescindere da una competenza tecnico-profes-


sionale legata alla tipologia di lavoro e alle mansioni che si andranno a svolgere e tale competenza deve essere supportata da valori educativi solidi radicati saldamente nell'etica del lavoro".

### Il ruolo dell'insegnante

L'insegnante riprende il ruolo e la responsabilità nella progettazione delle lezioni se spinto da creatività e passione, con la prospettiva di rendere centrale il coinvolgimento e la partecipazione degli studenti in un apprendimento attivo e cooperativo. Vedere, fare, creare, cercare, provare, condividere, tutto in un unico strumento se utilizzato al meglio e guidato dall'insegnante. Sono queste, in sintesi, alcune delle considerazioni esposte da Alberto Grillai, direttore Centro di formazione professionale Cnos-Fap San Marco che spiega come, secondo lui, questo modo di lavorare in aula possa influenzare la possibilità di trovare lavoro. "Noi stiamo preparando studenti a un mercato del lavoro che tra 10 anni chiederà figure professionali che in gran parte ancora non esistono. Penso quindi che sia fondamentale abituarli alle nuove tecnologie, a utilizzarle in modo costruttivo ed efficace, a cogliere con flessibilità e efficacia compiti e mandati complessi. Non gettiamo carta e penna ma dobbiamo abituare i giovani a cogliere nelle tecnologie e nella rete le opportunità che apriranno reali prospettive di lavoro", afferma Grillai.

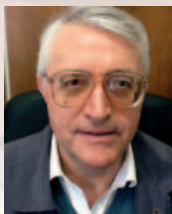
## Opening the door to young people!

*There's a light at the end of the tunnel as far as youth employment in Italy, although there are still obstacles to overcome. What follows is a journey that starts from the Isfol data and develops around the experiences of companies like Bosch, Apple and Accenture as well as training centers. During the recession, employment has taken on new and often unusual forms. The strategies put in place to buffer the effects of the crisis have generated behaviors that are difficult to read but, from Isfol's analysis of new employment relationships, there has been an increase in new permanent contracts, notably through the transformation of limited-term contracts and driven by incentives of both an economic nature (via the 3-year relief provisions of the Stability Law 2015) and a normative one (the contract with increasing safeguards introduced by the Jobs Act). The Isfol survey on the transitions from education to work, which involved 45 thousand young people between 20 and 34, restores the view, not just imaginary, that young Italians are finding work. For young people, work has an increasingly practical function, aimed primarily at earning a livelihood and, secondly, pursuing one's own interests. What will tomorrow's jobs be? Accenture has mapped over 30 new jobs linked to the digital world. Some examples in the different areas: e-business manager, scrum master, chief data officer, data scientist, SEO / SEM / PPC Manager, digital planner / digital communication manager, digital copywriter, user experience designer, community manager / social media manager, chief listening officer, digital learning manager and digital legal. Many of these professionals are what Accenture is looking for itself, and are the most sought after at the moment.*



'Quale mestiere voglio fare da grande?' è un progetto che coinvolge anche i testimonial di Bosch in ambito sportivo. Nella foto, Daniele Massaro insieme agli studenti.

# protagonisti



**DON MARIO TONINI**, direttore amministrativo ed ex direttore generale di Cnos Fap afferma: "L'esperienza salesiana cerca di dare ai ragazzi una preparazione tecnico professionale miscelata con l'insegnamento di valori educativi. Riteniamo che tutti questi elementi possano aiutare i nostri allievi a crescere umanamente e professionalmente e dare loro gli strumenti utili in un contesto lavorativo. Abbiamo aperto presso i nostri Centri di Formazione Professionale (Cfp) degli Sportelli per i Servizi al Lavoro (Sal) dove avviamo, con personale specializzato, a partire da un primo colloquio e successive fasi di consulenza, una valutazione delle competenze e delle potenzialità dei candidati".



**PAOLO GALLETTI**, responsabile HR di Accenture per Italia, Centro Europa e Grecia: "Siamo al centro di una rivoluzione tecnologica che accelera la trasformazione digitale del lavoro, delle imprese e del vivere quotidiano che non può lasciare indifferente chi si sta preparando al mercato del lavoro. Il mondo del digitale richiede nuovi talenti ed è un'opportunità che non può essere persa per l'occupazione del Paese. Occupazione e crescita sono due facce della stessa medaglia e oltre alle azioni di sviluppo dell'economia, portate avanti da Governo, è importante che le aziende facciano sistema e instaurino un dialogo costante in particolare con le università per creare nuove opportunità".



**ROBERTO ZECCHINO**, direttore risorse umane e organizzazione Robert Bosch Sud Europa, spiega: "Allenarsi per il futuro è un progetto il cui focus è l'orientamento dei giovani delle scuole medie inferiori, delle scuole superiori, degli istituti professionali e delle università verso le scelte professionali future. Il progetto, portato avanti con Randstad, ha l'obiettivo di favorire la transizione tra scuola e lavoro dei giovani attraverso la valorizzazione delle competenze acquisite e la promozione di esperienze di alternanza. Lo scopo è quello di orientare i giovani alle loro scelte future e fornire informazioni concrete sulle possibilità lavorative all'interno del Gruppo Bosch".



**ALBERTO GRILLAI**, direttore Centro di formazione professionale Cnos-Fap San Marco, afferma: "L'uso di Ipad pone delle prospettive completamente nuove e quindi spazi per la creatività di insegnanti che vogliono considerare nuovi percorsi didattici più in linea con i nuovi stili di apprendimento dei ragazzi. In prima battuta la possibilità di una gestione multimediali di appunti, di utilizzo di eBook, di produzione e utilizzo di tutorial, di utilizzo e gestione del materiale in rete e molto altro. L'insegnante può ostruire percorsi didattici in linea con le diverse classi, diversi studenti, diversi stili di apprendimento".

## L'allenamento parte dalle scuole medie

'Allenarsi per il Futuro' è un progetto di Bosch in collaborazione con Randstad, il cui fine è l'orientamento dei giovani delle scuole medie inferiori, delle scuole superiori, degli istituti professionali e delle università verso le scelte professionali future. Roberto Zecchino, direttore risorse umane e organizzazione di Robert Bosch Sud Europa afferma: "L'obiettivo è quello di orientare i giovani alle loro scelte future e fornire informazioni concrete sulle possibilità lavorative all'interno del Gruppo Bosch e del suo network in Italia". Un progetto che si fonda in due pilastri. "Per quanto concerne l'orientamento - spiega Zecchino - gli studenti sono coinvolti, attraverso l'iniziativa 'Quale mestiere voglio fare da grande?' in una presentazione di circa due ore presso le sedi Bosch o nelle diverse sedi scolastiche, durante la quale sono illustrati i possibili percorsi di studio attraverso presentazioni,

play role e il coinvolgimento diretto di alcuni collaboratori Bosch e Randstad oltre che dei nostri testimonial sportivi, campioni dello sport che nel passato si sono distinti in diverse discipline. Gli incontri trasmettono agli studenti l'importanza di compiere scelte professionali corrispondenti alle proprie attitudini, passioni e alle richieste del mercato, 'allenando' il proprio talento per raggiungere l'obiettivo professionale. Sul fronte dell'alternanza - continua Zecchino - offriamo agli studenti delle scuole superiori la possibilità di fare un'esperienza di una o due settimane in azienda all'interno delle varie realtà Bosch e del suo network, a supporto delle diverse funzioni aziendali".

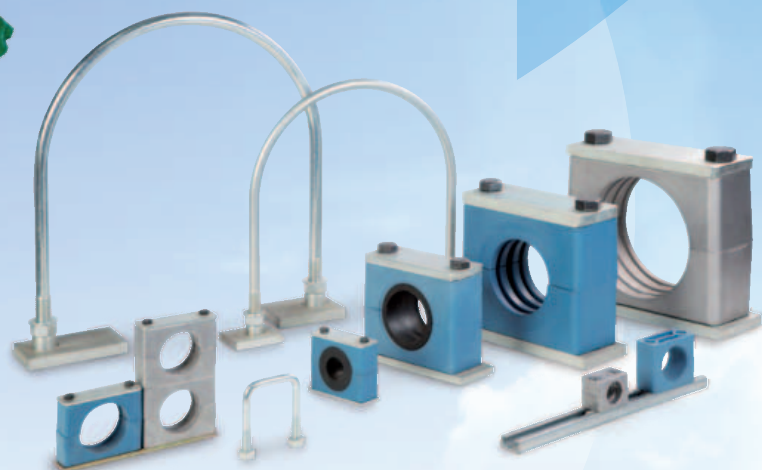
## Le nuove professioni

Un esempio di nuova professione arriva proprio da Accenture. "In Accenture abbiamo all'attivo diverse collaborazioni con le principali università con le quali realizziamo

master formativi per figure professionali specifiche come ad esempio il Data Scientist - dice Paolo Galletti, responsabile HR di Accenture per Italia, Centro Europa e Grecia -. Sul fronte della responsabilità sociale contribuiamo a iniziative come 'Palestra delle Professioni Digitali' un percorso formativo intensivo e gratuito, per inserire nel mondo del lavoro neolaureati in materie umanistiche, dotandoli delle digital skills in ambito di comunicazione e marketing. Il progetto ha fino ad oggi formato al mercato digitale oltre 160 giovani talenti e l'83% di loro ha trovato lavoro. Inoltre - afferma Paolo Galletti, responsabile HR di Accenture per Italia, Centro Europa e Grecia -. Per tutti i professionisti di Accenture è attivo un modello intenso di sviluppo e crescita con percorsi di formazione in Italia e all'estero: solo nello scorso anno, sono state erogate 340mila ore di formazione per il personale in Italia".

@Stefano\_Belviol

Tutto  
subito  
ovunque!



Magazzini  
Nord Italia:  
Brescia  
e  
Treviolo (BG)

**BENTELER** 



- OLEODINAMICA
- PNEUMATICA
- AUTOMAZIONE

**FLUIDMEC** offre con ampia ed immediata disponibilità la gamma completa **BENTELER** di tubazioni rigide per circuiti oleodinamici e la gamma completa **PI.EFFE.CI** di collari e cavallotti per il fissaggio dei tubi in oleodinamica, pneumatica, mineraria, piping petrolifero, gasdotti, eolico, fotovoltaico navale e offshore.

**FLUIDMEC**  
PASSIONE UNICA, SOLUZIONI INFINITE



**FLUIDMEC SpA** - Brescia | Coccaglio | Sarezzo | Gavardo | Isorella | Treviolo - Sede legale: 25131 Brescia  
Via Gussalli n° 4 - tel. +39 030 26 86 511 - fax +39 030 35 81 279 - fluidmec@fluidmec.it - [www.fluidmec.it](http://www.fluidmec.it)

**FLUIDMEC**

**OP**

**EFFEGI**  
SYSTEMS

**SINDE**

**CEPROM**  
SYSTEMS

**UNISEALS**

**BRESCIA**  
**HYDROSERVICE**

**BRESCIA**  
**HYDROPOWER**

# Imprese italiane tra le meno puntuali nei pagamenti

L'Italia è tra i Paesi meno puntuali d'Europa nei pagamenti commerciali. Se le imprese danesi e tedesche sono sul podio, quelle di Grecia, Bulgaria e Romania chiudono la classifica europea. Taiwan si conferma la nazione più virtuosa in Asia mentre il Messico lo è nel Nord America. È il quadro che emerge dallo Studio Pagamenti 2016 realizzato da Cribis D&B

di Renato Castagnetti

**L**a Danimarca è il Paese più virtuoso d'Europa: l'87% delle sue imprese sono puntuali nei pagamenti commerciali. In Grecia è la situazione più critica: oltre metà delle imprese paga con oltre trenta giorni medi di ritardo. L'Italia è quartultima nel ranking europeo dei ritardi gravi. Taiwan è invece la nazione più virtuosa in



## Il commento dell'esperto

“I dati di pagamento, in particolare i ritardi oltre i trenta giorni, identificano bene la situazione economica e sociale dei diversi Paesi - commenta Marco Preti, amministratore delegato di Cribis D&B -. Abbiamo realtà solide come la Germania o la Danimarca con ritardi gravi molto contenuti e realtà ancora in forte crisi come Portogallo e Grecia che mostrano ritardi gravi molto elevati”. In Italia, la crescita dei ritardi gravi che aveva caratterizzato gli scorsi anni si è fermata, anche se non occorre aspettarsi che torni ai livelli pre-crisi. “Negli ultimi anni abbiamo assistito a un aumento della complessità: i mercati si sono allargati e le aziende italiane sono uscite dai confini dell’Unione Europea, trovandosi così ad affrontare mercati molto più complessi come quello asiatico - continua nell’analisi Preti -. In questo contesto le aziende cercano soprattutto importatori, distributori o grandi clienti con cui stringere partnership di lungo termine, spesso incontrati a fiere internazionali o tramite l’intermediazione di aziende locali”. Avere rapporti commerciali con aziende estere significa spesso rapportarsi con dinamiche e contesti differenti. “Sono proprio i comportamenti di pagamento ad accomunare le diverse realtà commerciali nel mondo - conclude -: verificare come un’azienda paga i suoi fornitori permette di conoscere il suo reale stato di salute come controparte”.

Asia mentre il Messico lo è nel Nord America. È quanto emerge dallo Studio Pagamenti 2016 realizzato da Cribis D&B, la società del Gruppo Crif specializzata nelle business information, che ha analizzato a fine 2015 i comportamenti di pagamento di trentuno Paesi nel mondo, di cui diciassette europei. In questo quadro continentale, l’Italia si colloca al tredicesimo posto.

### Europa a due volti

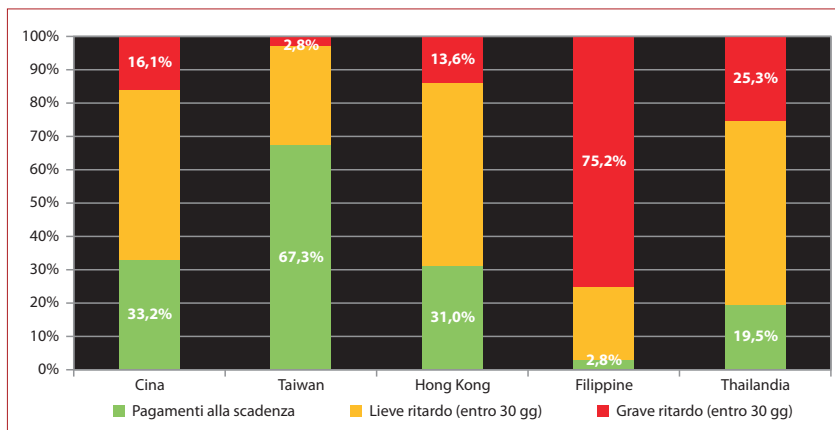
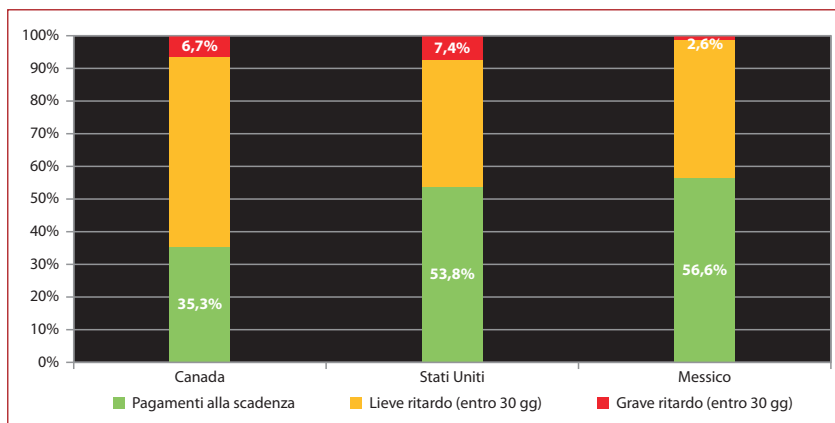
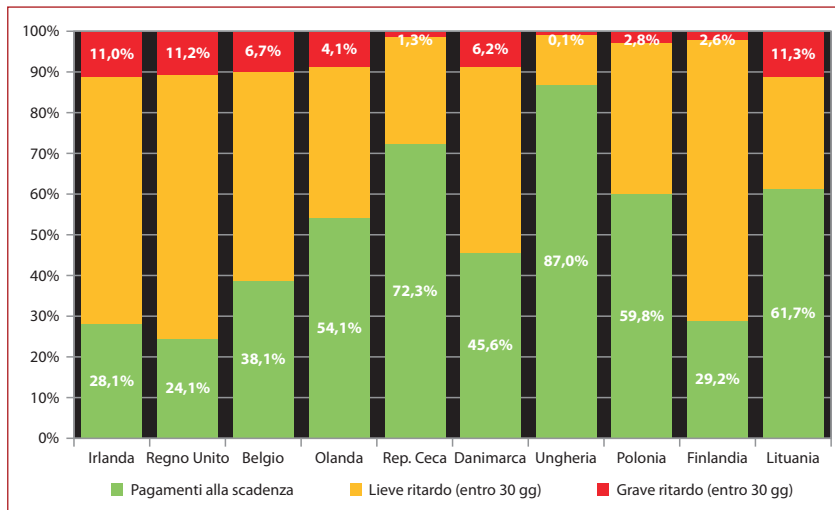
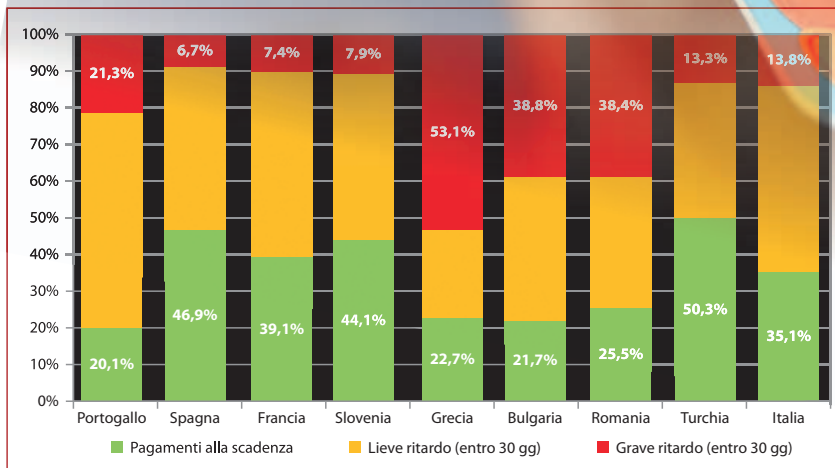
In Europa, dopo la virtuosa Danimarca, per completare le prime tre posizioni di vertice seguono la Germania con il 72,3% di pagamenti puntuali e la Lituania con una percentuale del 61,7%. Performance negative, in

fondo alla classifica continentale, per le imprese portoghesi con solo il 20,1% di pagamenti alla scadenza. Poco meglio hanno fatto la Bulgaria, con il 21,7%, e la Grecia, con il 22,7%. Analizzando invece i ritardi gravi è la Grecia a esibire i dati più preoccupanti con il 53,1% di pagamenti oltre i trenta giorni di ritardi, seguita da Bulgaria e Romania. All’interno di questo scenario l’Italia si colloca in tredicesima posizione sulle venti nazioni europee, con una percentuale di pagamenti virtuosi del 35,7%. Peggio del nostro Paese hanno fatto solo la Finlandia (29,2%), l’Irlanda (28,9%), l’Inghilterra (24,1%), la Grecia (22,7%) e il Portogallo (20,1%). Anche per quanto riguarda l’andamento dei ri-

## Italian companies among the least punctual with payments

Denmark is the most virtuous country in Europe: 87% of its businesses make their commercial payments on time. The situation is most critical in Greece, with more than half its businesses paying more than 30 days late on average. Italy is fourth from last in the European rankings of serious delays. These are some of the data to emerge from the 2016 Payment Study conducted by Cribis D&B, affiliate of the Crif Group specialized in business information, which at the end of 2015 analyzed payment behavior in 31 countries around the world through 2015, of which 17 are European. There, after the virtuous Denmark, the top spots are occupied by Germany (72.3% punctuality) and Lithuania (61.7%). The bottom of the continental rankings is occupied by Portuguese businesses, with only 20.1% of payments on time. Bulgaria doesn't fare much better, with 21.7%, nor does Greece with 22.7%.

In Asia, Taiwan's businesses distinguished themselves as the most punctual, at 67.3%. Diametrically opposed is the situation in the Philippines, where only 2.8% of commercial payments are made on time, while the rate of serious delays reaches 75.2%. In North America, Mexico leads the rankings with 55.6%, with the USA close behind (53.8%). Canada's performance in regular payments is similar to Italy's (35.3%). For all three, serious delays are relatively contained: 2.6% for Mexico, 6.7% for Canada and 7.4% for the US. Breaking it down by sector, Mexico's construction and agricultural businesses stand out with more than 66% punctual payments. Good performances were also turned in by the US financial sector and Canadian farmers.



tardi gravi, con una quota del 14,3%, l'Italia si colloca nelle ultime posizioni del ranking europeo. Dopo Danimarca, Germania e Ungheria la speciale classifica delle imprese più puntuali d'Europa vede l'Olanda (54,1%), Turchia (50,3%), Spagna (46,9%), Repubblica Ceca (45,6%), Slovenia (44,1%), Polonia (43%), Francia (39,1%), Belgio (38,1%), Italia (35,7%), (Finlandia 29,2%), Irlanda (28,9%), Romania (25,5%), Inghilterra (24,1%), Grecia (22,7%), Bulgaria (21,7%) chiude il Portogallo (20,1%).

Se si prendono in esame i dati emersi dallo studio sui ritardi gravi l'Italia si posiziona in mezzo con una percentuale del 14,3%. Peggio han fatto solo Portogallo, Bulgaria, Romania, Polonia e Grecia. Nonostante un calo dei ritardi gravi del 12% rispetto ad un anno fa, i dati dimostrano ancora un importante ritardo rispetto ai Paesi come la Danimarca (0,1%), la Germania (1,3%) o anche la Spagna (6,7%).

### Focus su Asia e America

In Asia, nel 2015 Taiwan si è distinto per la puntualità dei pagamenti delle sue imprese, virtuose nel 67,3% dei casi. Situazione diametralmente opposta per le Filippine, dove i pagamenti regolari sono solo del 2,8%, mentre i gravi ritardi sono addirittura del 75,2%. Situazione intermedia per Cina (33,2%) e Hong Kong (31%). A livello settoriale si segnalano invece le buone performance del commercio al dettaglio della Cina e dei servizi finanziari di Taiwan. Nell'area nordamericana è il Messico a mettersi in buona luce per la puntualità delle sue imprese, con una percentuale di buoni pagatori del 55,6%. Di poco distanziati gli Stati Uniti (53,8%), più in difficoltà invece il Canada, che ha performance di pagamenti regolari del 35,3%, simili a quelle italiane. Abbastanza contenuti per le tre nazioni prese in esame i ritardi gravi: 2,6% per Messico, 6,7% per Canada, 7,4% per Stati Uniti. A livello settoriale si segnalano le buone performance dell'edilizia e dell'agricoltura in Messico, più del 66% di pagamenti sono virtuosi. Bene anche i servizi finanziari negli Stati Uniti e l'agricoltura in Canada.

**EFFICIENZA**

**in ogni combinazione**

**Funzioni aggiuntive integrate**  
Valvola proporzionale PSL/PSV



**A richiesta diversi  
tipologie di attuatori**  
PSL/PSV con EDL



**Disegno compatto e comando  
elettrico diretto**  
Valvola proporzionale EDL



**Costi di installazione ridotti**  
Valvola proporzionale PSL-CAN



### **Niente di più del necessario!**

Le valvole proporzionali di Hawe Hydraulik sono disegnate e prodotte per essere montate in modo modulare. Grazie agli ingombri ridotti e alla nostra vasta gamma possiamo fornirvi una soluzione salva-spazio di valvole proporzionali PSL in grado di controllare funzioni idrauliche e motori idraulici. Ci sono milioni di combinazioni possibili tra cui scegliere, questo per voi significa una cosa : abbiamo sempre la soluzione giusta al giusto prezzo!

**Intelligente. Efficiente. Tecnologico.**  
**Made by HAWE Hydraulik.**

[www.hawe.com](http://www.hawe.com) | [info@hawe.it](mailto:info@hawe.it)

**Solutions for a World under Pressure**

**HAWE**  
**HYDRAULIK**



# Il finanziamento arriva dal web

di Alberto Giordano

Il Crowdfunding è una forma di raccolta fondi che parte dal web e, grazie al contributo di un massiccio numero di investitori, consente di portare a termine un progetto. Vediamo quali sono le aspettative delle imprese, i vantaggi e quali le criticità

**T**ra le nuove parole nate negli ultimi anni una in particolare è ormai ben nota un po' a tutti, non solo ai nativi-digitali. Parliamo del Crowdfunding, una raccolta fondi online, che permette la ricerca e l'attribuzione di finanziamenti da parte di una massa d'investitori. Il canale media usato per orientare i finanziamenti su un progetto è Internet, e affonda le sue origini in Australia e negli USA, per poi diventare in tempi brevi un fenomeno molto diffuso anche in Europa e in Italia.

Forse non tutti sanno come funziona nel dettaglio, e neppure che il nostro Paese ha un primato, ovvero è stato il primo a introdurre nel proprio ordinamento norme e leggi per il Crowdfunding, che è usato per lo più da start-up o da imprese in espansione quale modalità di accesso a finanziamenti alternativi. Un ruolo importante è quello svolto dalle piattaforme online di Crowdfunding, ovvero i siti web che consentono l'interazione tra chi raccoglie i fondi e un ampio pubblico. In genere le piattaforme funzionano secondo un modello del tipo 'o tutto o niente': in pratica se si raggiunge l'obiettivo di raccolta fondi che ci si era posti si riceve il denaro, altrimenti ciascuno riceve indietro quanto erogato. E le imprese? Che opinione hanno del crowdfunding? Le aziende hanno aspettative in crescita per gli anni a venire

e si mostrano fiduciose rispetto alla crescita del mercato.

Nel contempo si registrano diverse criticità: l'eccesso di vincoli e regolamentazioni, la presenza di norme troppo rigide per l'equity Crowdfunding, la concorrenza internazionale, la mancanza di risorse, l'eccessiva diffusione di piattaforme generiche, la scarsa conoscenza dello strumento da parte dei potenziali utenti, la scarsa diffusione di una cultura della donazione, la scarsa cultura digitale, la scarsa diffusione delle forme di pagamento elettroniche.

## Forme di Crowdfunding

Come funziona il Crowdfunding? Vi sono varie forme e modalità. Si parte dai prestiti peer-to-peer dove il pubblico presta denaro a un'impresa in base al presupposto che questo verrà ripagato con gli interessi. È una situazione molto simile a quella del


finanziamento bancario se non per il fatto che i prestiti provengono da numerosi investitori. L'Equity Crowdfunding è invece la vendita di una partecipazione a un'impresa a diversi investitori in cambio dell'investimento.

È una situazione simile a quella in cui si trova quando si acquistano o vendono azioni ordinarie in borsa o a quella del capitale di rischio. Passiamo al Rewards Crowdfunding. Qui i privati fanno una donazione per un progetto o un'attività imprenditoriale attendendosi di ricevere in cambio del loro contributo una ricompensa di carattere non finanziario come beni o servizi in una fase successiva. Crowdfunding per beneficenza. Come si evince, i privati donano piccoli importi per contribuire ai più ampi obiettivi di finanziamento di un determinato progetto caritativo senza ricevere nessuna compensazione

# CrowdFunding







finanziaria o materiale. Condivisione dei proventi: le imprese possono condividere gli utili o i proventi futuri con il pubblico in cambio di un ritorno sul finanziamento effettuato in precedenza. Crowdfunding con titoli di debito. I privati investono in un titolo di debito emesso dall'impresa, come ad esempio un'obbligazione. Modelli ibridi. Offrono alle imprese l'opportunità di combinare elementi di più tipi di Crowdfunding.

### La situazione in Italia

In base alla recente ricerca 'Report 2015' dell'Università Cattolica, il valore dei progetti finanziati con la raccolta fondi online è salito dell'85% rispetto a maggio 2014. Report 2015 è una ricerca frutto di una elaborazione dei risultati di un questionario online rivolto agli amministratori delle piattaforme di Crowdfunding nel settembre - ottobre 2015. All'indagine hanno risposto 51 piattaforme, il 62% del totale. In Italia si contano attualmente 82 piattaforme di Crowdfunding. Di queste 69 sono attive (al 21 ottobre 2015) e 13 sono in fase di lancio. Rispetto all'ultima mappatura delle piattaforme di Crowdfunding, (maggio 2014), si nota un forte incremento, si contavano 41 piattaforme attive, oggi sono cresciute del 68%.

La parte rilevante delle piattaforme di Crowdfunding, pari a 26, è collocata nell'Italia settentrionale; un ruolo di rilievo ricopre la città di Milano, sede legale di 16 piattaforme e sede operativa di 18. Nel Centro Italia sono collocate 7 sedi legali e 9 sedi operative; nel Sud Italia si registrano 5 sedi legali e 3 sedi operative. Si stima che il valore dei progetti finanziati sia di 56,8 milioni di euro, grazie a circa 858 mila donatori/finanziatori.

Dal punto di vista quantitativo emerge un fenomeno di modeste dimensioni assolute ma in forte espansione. Le piattaforme occupano circa 250 dipendenti e per tre su quattro il mercato di riferimento è quello

nazionale. La media è di 5,7 lavoratori per piattaforma. Le piattaforme che hanno personale dipendente rappresentano il 50% del totale, quelle che si avvalgono di collaboratori stabili sono il 64% e il 66% ricorre a collaboratori occasionali. Mediamente, all'interno delle piattaforme lavorano 1,5 dipendenti, 2,1 collaboratori stabili e 2,1 collaboratori occasionali.

Solo un progetto su cinque riesce a inserirsi on-line (altri selezionati sono respinti) e in media la raccolta fondi a progetto si aggira sui 10mila euro.

Il 40% dei progetti finanziati non riguarda le classiche piattaforme di ricompense o di equity, ma le piattaforme di debito, che al momento in Italia sono solo tre ma sono il vero business: Fintech (tecnologia applicata alla finanza), la startup Prestiamoci, primo marketplace del credito in Italia che mette in contatto coloro che hanno bisogno di un prestito personale con coloro che hanno un capitale da investire, o come Smartika, nella quale richiedenti e di prestatori interagiscono direttamente tra loro senza ricorrere a intermediari.

Le più diffuse sono però quelle basate su ricompense, cioè che prevedono piccole ricompense per ciascuna donazione, ma sono in crescita anche quelle di equity, in base alle quali il finanziatore ottiene in cambio quote azionarie della società finanziata.

### Le piattaforme

Fra le 69 piattaforme attive, 31 (pari al 45%) sono basate su Ricompense, 13 (il 19%) su Donazioni, 13 (19%) sono piattaforme Equity e 3 (il 4%) si fondano sul Debito (tra cui la start-up Prestiamoci, che si occupa di prestito tra privati). Nel 90% dei casi, gli imprenditori hanno avuto la possibilità di maturare competenze in posizioni lavorative precedenti. Inoltre, il 67% dei fondatori svolge attività professionali ulteriori rispetto alla piattaforma; si tratta prevalentemente di consulenti, manager o

## Funding from the web

*Among the new words that have been coined in recent years, one in particular is by now well-known to everyone, not only digital insiders. We're talking about crowdfunding, an online fundraising practice that allows people to ask for funding from a mass of investors. The media channel used for the direct funding of a project is the Internet, and has its origins in Australia and the USA, and has quickly become a widespread phenomenon in Europe and Italy as well. Perhaps not everyone knows how it works in detail, nor that our country was the first to introduce legislation governing crowdfunding, which is used mostly by start-ups or companies in expansion as a means of accessing alternative financing. An important role is played by online crowdfunding platforms, which is to say websites that enable the interaction between those looking for funds and a wider audience. Generally speaking, the platforms operate according to an 'all or nothing' model, which means that if you reach your pre-established fundraising goal, you receive the money; if you fall short, everyone gets back the money they committed. What do businesses think about crowdfunding? Companies have growing expectations for the coming years and appear confident with respect to the prospects for market growth. At the same time there exist various problems: the excess of constraints and regulations, overly rigid rules for equity crowdfunding, international competition, lack of resources, the excessive diffusion of generic platforms, the lack of knowledge of the instrument by potential users, the limited awareness of the culture of donation, an unevolved digital culture and the limited forms of electronic payment.*

## I protagonisti del Crowdfunding

**Kickstarter Italia:** ha debuttato di recente nel nostro Paese, insieme a Spagna, Austria, Belgio, Lussemburgo e Svizzera, la piattaforma mondiale di Crowdfunding online Kickstarter co-fondata da Yancey Strickler nel 2009 a New York e al cui attivo ci sono più di 86 mila progetti proposti e circa 9 milioni di persone che insieme hanno investito qualcosa come 1,6 miliardi di euro. La piattaforma è ora presente in 13 diversi Paesi. È anche in lingua italiana con conto corrente italiano.

**Produzioni dal basso:** è il primo sito di Crowdfunding nato in Italia nel 2005. La piattaforma è prevista per chi desidera proporre idee da realizzare in settori quali il teatro e la musica, start up e business, la cinematografia. La filosofia della piattaforma prevede che arrivati alla soglia prefissata inizialmente da chi ha proposto l'idea non possa essere superata e la campagna viene chiusa con successo mentre è sempre possibile modificare la durata della raccolta fondi anche a campagna già iniziata. La percentuale richiesta è del 5%.

**Crowdfunding Telecom:** si chiama Withyouwedo che in italiano significa 'Insieme a te, facciamo'. È una piattaforma lanciata da Telecom Italia, con l'obiettivo di raccogliere fondi e capitali da investire in idee e progetti interessanti e meritevoli.

**Starteed:** offre un servizio completo a chiunque abbia un'idea, integrando la campagna di Crowdfunding con la fase finale di vendita. In altre parole, su Starteed, un ideatore ha la possibilità di raccogliere fondi per realizzare il proprio progetto, di svilupparlo mantenendo la proprietà intellettuale e di venderlo direttamente sullo shop online di Starteed. Starteed si distingue, inoltre, dalle altre piattaforme di Crowdfunding reward-based per riservare un ruolo strategico alla Community sul successo dei progetti.

Tra le altre piattaforme online, si ricordano Eppela destinato a progetti su arte e cultura, DeRev che propone un Crowdfunding fondato sulle petizioni e le mobilitazioni pubbliche, Kapipal una piattaforma molto simile a quella famosa di Kickstarter.

In percentuali minori sono presenti le campagne civiche e politiche.

Rispetto al valore economico delle campagne pubblicate, mediamente l'81% dei progetti si attesta tra i 1.000 e i 10.000 euro. I progetti pubblicati sotto i 1.000 euro rappresentano il 7%, quelli tra i 10 e i 20.000 euro sono il 5%, quelli tra i 20 e i 50.000 euro il 4%. Le campagne sopra i 50.000 euro rappresentano il 3%. Fra le piattaforme attive, il 10% ha pubblicato campagne di valore superiore ai 100.000 euro.

Complessivamente, le piattaforme di Crowdfunding attive intervistate hanno raccolto 857.331 donatori/finanziatori, con una media di 25.216 donatori/finanziatori per piattaforma e un massimo di 550.000. Rispetto ai valori medi complessivi, dall'analisi per modello emerge che per le piattaforme basate sul debito il numero di finanziatori è compreso tra 501 e 10.000; tutte le piattaforme debito+donazioni non superano i 100 finanziatori, mentre le piattaforme equity non superano i 500.

Rispetto alle modalità di pagamento, la maggior parte delle piattaforme di Crowdfunding utilizza il payment gateway (76%), la carta di credito (67%) e il bonifico bancario (65%). L'sms non risulta invece una modalità di pagamento diffusa.

Un caso emblematico. Un primo caso che ha fatto storia è quello di un imprenditore di 29 anni di Chicago, inventore di una giacca da viaggio fruibile da un vasto pubblico. Una giacca multiuso, con tasche sufficienti a contenere gli oggetti necessari per poter fare un viaggio, dal passaporto al personal computer. Consigliato da colleghi e amici l'imprenditore decide di provare Kickstarter (piattaforme di crowdfunding). L'operazione prevede la raccolta di 20 mila dollari in circa 60 giorni. La sorpresa degli stessi addetti ai lavori è che una volta online il progetto raccoglie 9 milioni di dollari in 7 ore, per circa 45 mila richieste di adesione. Si tratta della sesta raccolta fondi di sempre per la società Kickstarter. Anche in Italia iniziano a verificarsi casi interessanti, quale quello dello FABtotum, dispositivo multi funzione che opera da stampante e scanner per 600 mila dollari di raccolta (richiesta online di 50 mila).

docenti. Circa tre piattaforme su quattro (il 73%) hanno come mercato di riferimento quello nazionale; il 14% delle piattaforme si rivolge a un mercato locale e solo il 12% a un mercato estero (europeo, 8% o extraeuropeo, 4%). La maggior parte delle piattaforme (l'82%) si rivolge a privati, ma è alta anche la percentuale di quelle che si rivolgono ad associazioni (74%), infine alle aziende (67%). Le piattaforme che si rivolgono alla Pubblica Amministrazione è del 49%.

Il 73% delle piattaforme intervistate compie una selezione dei progetti da pubblicare. I progetti ricevuti dalle piattaforme intervistate dal momento del loro lancio sono in totale 100.924. Complessivamente, i progetti pubblicati sono 21.384 (il 21% di

quelli ricevuti). Il confronto con i dati relativi all'ultima mappatura di maggio 2014 mostra un aumento del 67%.

Il tasso di successo è pari mediamente al 30% (nel 2014 era del 37%); nello specifico, il valore più alto si registra tra le piattaforme basate sulle ricompense (49%), seguono quelle basate sul debito (43%), le equity (33%), le piattaforme basate sulle donazioni (12%) e quelle ibride ricompense + donazioni (10%).

### Le campagne

Per quanto riguarda le campagne pubblicate sulle piattaforme, mediamente si tratta per il 37% di campagne creative e culturali, per il 34% di campagne sociali, per il 20% di campagne imprenditoriali.



CIO

Marketing

IT  
Manager

Acquisti

Logistica

CEO

Produzione



# Il business con l'accento sull'IT

È online la nuova versione di Computerworld Italia (<http://www.cwi.it>), il sito dedicato agli utilizzi aziendali dell'informatica con notizie, analisi, approfondimenti e risorse indispensabili sia per chi lavora nella struttura IT, dal CIO e IT Manager ai tecnici. Il sito si avvale anche dei contenuti realizzati dagli esperti di fama mondiale delle omonime testate internazionali di IDG, con cui Fiera Milano Media ha stretto una partnership per le attività in Italia del colosso americano.



Industria 4.0 apre nuovi scenari nell'ambito dell'organizzazione e delle relazioni tra i vari step della catena di fornitura e solleva molti interrogativi di natura legale, assicurativa e nell'ambito della sicurezza. Ne parliamo con Oliver Winzenried, amministratore delegato e fondatore di Wibu-System



# Industria 4.0 in tutta sicurezza

di Francesca Prandi

**I**ndustria 4.0 è il nome di un nuovo paradigma della produzione industriale nel quale le macchine produttive sono completamente automatizzate, interconnesse e controllate da un sistema computerizzato che è in grado di prendere decisioni in modo autonomo. Grazie all'IoT, ovvero il collegamento delle cose e delle macchine in Internet, i vari sistemi di macchine o di fabbrica comunicano fra di loro e con le persone fisiche ad essi preposte in tempo reale. Si parla quindi di fabbriche intelligenti, molto flessibili e veloci nel rispondere alle esigenze del mercato. Ad esempio le fabbriche della stessa supply chain possono essere collegate in rete e adattarsi automaticamente alle richieste che vengono dalla catena, aumentando o

diminuendo la produzione, modificando e anche personalizzando i propri prodotti. Il tutto affrancandosi da tematiche di economie di scala, in una logica di just-in-time altamente efficiente. Il mondo dell'industria si deve confrontare con queste nuove possibilità e sempre di più dovrà farlo nel futuro. In gioco c'è la competitività dei produttori e di interi sistemi industriali.

Il tema è di tale importanza ed attualità che oltre agli Stati Uniti e alla Cina, anche l'Unione Europea ed i maggiori Stati aderenti si stanno dotando di leggi e programmi incentivanti la cosiddetta quarta rivoluzione industriale. Ricordiamo il Piano della Commissione europea, presentato il 16 aprile scorso, che comprende un pacchetto di misure

per sostenere e collegare le iniziative nazionali per la digitalizzazione dell'industria e dei servizi connessi in tutti i settori, ma anche per stimolare gli investimenti attraverso reti e partenariati strategici. In questa direzione va anche il Piano nazionale Industria 4.0 presentato dal Governo lo scorso 21 settembre, che verrà inserito nella legge di bilancio. La digitalizzazione della produzione industriale apre scenari nuovi nell'ambito dell'organizzazione e delle relazioni tra i vari step della catena di fornitura, dei rapporti tra distribuzione e produzione; nel contempo solleva molti interrogativi di natura legale, assicurativa e di sicurezza. Ne parliamo con Oliver Winzenried, amministratore delegato e fondatore di Wibu-System, azienda internazionale

nel campo delle tecnologie di sicurezza per il licenziamento del software.

### Oltre confine

L'Industria 4.0 è sicuramente un tema fortemente sentito in Europa, negli Stati Uniti e in Asia, che tuttavia incontra resistenze tra molti imprenditori. Anche in Germania e in Italia, le due maggiori potenze manifatturiere europee, la comprensione delle tematiche relative alla sicurezza nella produzione industriale interconnessa avanza lentamente. La Germania ha recentemente condotto uno studio in merito alla 'IoT readiness' delle piccole-medie imprese locali, da cui emerge che, nonostante l'ampio dibattito e le iniziative private e pubbliche, molte aziende non abbiano ancora compreso appieno la portata dell'Industria 4.0, dei vantaggi che comporta e della migrazione necessaria. "Va anche ammesso che impianti manifatturieri completamente convertiti al modello, secondo il quale la produzione avviene in modo automatico, oltre i limiti di una singola azienda e piuttosto coinvolgendo diversi fornitori, in un processo personalizzato e guidato dal cliente, non esistono ancora

Oliver Winzenried, amministratore delegato e fondatore di Wibu-Systems.

- osserva Oliver Winzenried -. Tuttavia si moltiplicano progetti individuali o partecipati, che sicuramente favoriscono una sperimentazione e un'ottimizzazione del modello teorico". Germania e Italia, per l'amministratore delegato, hanno entrambe una forte propensione verso l'industria dell'automazione e sono pertanto ottimi candidati per una rapida migrazione all'Industria 4.0. "Le iniziative europee sostengono entrambi gli Stati e il mercato unico darà ulteriore impulso, ridefinendo concetti economici e giuridici ormai non più adatti all'attuale fase tecnologica. Per quanto la Germania sia stata portabandiera dell'Industria 4.0, la posizione dell'Italia è favorita da una classe imprenditoriale dinamica e da un'istruzione avanzata, che ben si sposano con i cambiamenti strutturali in atto - riprende -. Va inoltre rilevato che, mentre in Europa ci si interroga su tutti i possibili risvolti e si cerca di addivenire a soluzioni morbide, gli Stati Uniti hanno messo il piede sull'acceleratore e implementano nuovi design direttamente sul campo con un'attenzione particolare all'elaborazione di modelli di business. Anche la Cina è estremamente pragmatica, monitora costantemente il mercato internazionale e dà vita a progetti di ricerca su larga scala".

### Superare le resistenze

Esistono comunque resistenze all'adozione da parte degli imprenditori, che sono spesso di natura culturale e in molti casi di carattere finanziario. Queste resistenze potranno essere superate

## Industry 4.0: making it safe

*Industry 4.0 is the name of a new paradigm of industrial production in which the means of production are fully automated, interconnected and controlled by a computer system capable of making making decisions independently. Thanks IoT, the various machinery or factory systems communicate with each other and with their human operators in real time. The idea is to have intelligent, fast and very flexible factories that can respond to market needs. For example, the factories of the same supply chain can be networked and automatically adapt to the demands that come from within the chain itself, whether increasing or decreasing production, or modifying and even customizing the products - all of it freed up from issues of economies of scale in a highly efficient just-in-time logic. The industrial world must faced these new possibilities now, and will have to do so increasingly in the future. At stake is the competitiveness of manufacturers and of entire industrial systems. We do not yet have any manufacturing plant that has been fully converted to this model of automatic production involving multiple suppliers in a personalized process driven by the customer. However, there is a growing number of individual and collective projects that surely favor the testing and optimization of the theoretical model. The digitization of industrial production opens new scenarios in terms of organization and the relationships between the various steps along the supply chain, and between distribution and production. At the same time, it raises several legal, insurance and security questions. We spoke about the latter with Oliver Winzenried, CEO and founder of Wibu-System, an international company in the field of security technologies for software licensing.*





Un prototipo della linea di produzione smart factory protetta da CodeMeter e una macchina da ricamo con software protetto e funzionalità della licenza gestite da CodeMeter.

attraverso nuovi progetti di formazione (universitaria e tecnica) e attraverso sistemi di supporto agli investimenti come quelli previsti dal Piano della Commissione Europea e dal Piano industria 4.0 nel nostro Paese. "Tuttavia permangono preoccupazioni di carattere personale - aggiunge Oliver Winzenried -. Cambieranno infatti i ruoli del consumatore e del produttore. Sarà in effetti il consumatore a ideare, progettare e realizzare il prodotto di suo interesse tramite una piattaforma puramente tecnologica; il fornitore rischia quindi di sentirsi spodestato dalla sua figura di creatore dell'offerta e di perdere il contatto diretto con il cliente. A mio avviso, l'obiettivo principale dell'Industria 4.0 non è infatti l'ottimizzazione dei costi e dei processi, quanto il conferimento di priorità ai reali bisogni del consumatore, da cui conseguono a cascata i risparmi nelle risorse, la protezione dell'ambiente e un'analisi dei dati in tempo reale per un continuo riadattamento del processo".

### La sicurezza nell'Industria 4.0

Un tema di grande rilevanza nella realizzazione di modelli industriali di nuova generazione è quello della sicurezza; la crescita del numero di dispositivi

connessi innesca minacce informatiche che per numero e portata non ci si era ancora trovati ad affrontare. "Non ha neppure senso parlare di fabbriche intelligenti senza un'architettura di sicurezza a sostegno e distribuita da endpoint a endpoint - afferma Oliver Winzenried -. Senza sicurezza non si possono garantire gli standard qualitativi di prodotto, la confidenzialità dei dati personali, l'affidabilità dei macchinari, la sicurezza del personale, la salvaguardia dell'ambiente. Attacchi perpetrati dall'interno o dall'esterno dell'infrastruttura, errori umani o di sistema ed eventi imprevedibili, sociali o climatici, possono avere conseguenze di una portata finora inimmaginabile.

"Bisogna anche aggiungere che non sono ancora disponibili degli standard di interoperabilità tra le macchine di diversi fornitori o comunque non sono accessibili per una loro facile implementazione. Per questo aspetto, si rimbalza tra Industria 3.0 e Industria 4.0, in attesa di soluzioni di cui tanto la grande industria quanto il piccolo produttore possano avvalersi". Proteggere l'integrità del software, dei dati di produzione e

di processo diventa pertanto un tassello fondamentale per la stabilità del sistema produttivo. "Wibu-Systems è da sempre rimasta fedele alla propria missione: incrementare la redditività dei produttori di software mediante una gestione delle licenze flessibile e sicura che protegga le applicazioni e i conseguenti introiti da pirateria, reverse engineering, e sabotaggio - continua -. Per abbracciare l'Industria 4.0 abbiamo già fortemente ampliato le piattaforme che supportiamo, estendendo le capacità di CodeMeter dai soli computer, ai dispositivi embedded, ai PLC, e ai microcontrollori. Abbiamo implementato lo standard OPC UA che riscuote grande successo nel mondo dell'automazione grazie alla sua facilità di implementazione. A seguire, rafforzeremo ulteriormente i metodi crittografici mediante un progetto che ci vede impegnati con le realtà accademiche locali, amplieremo la gestione delle licenze al cloud, perfezionando monitoraggio d'uso e reportistica, e aumenteremo il numero di compartecipazioni internazionali attraverso associazioni che promuovano la ricerca e lo sviluppo congiunto tra esperti di sicurezza".



## L'ECCELLENZA ITALIANA NEL MONDO E NEL CUORE DI OGNI SISTEMA

AMISCO È UNA SOCIETÀ SPECIALIZZATA NELLA PROGETTAZIONE, NELLO SVILUPPO E NELLA PRODUZIONE DI BOBINE ELETTRICHE INCAPSULATE, SOLENOIDI ED ELETTROVALVOLE PNEUMATICHE DI PILOTAGGIO.

Le bobine Amisco sono impiegate in una vasta gamma di settori: pneumatico, oleodinamico, controllo fluidi, elettrotecnico, riscaldamento e refrigerazione, automotive.

Guidata da più di 50 anni dalla famiglia Novellone, Amisco ha sempre puntato decisamente ai mercati internazionali: oggi esporta in oltre 30 Paesi del mondo, anche grazie alla consociata presente a Shen Zhen, in Cina, specializzata nella produzione di bobine per il Far East.

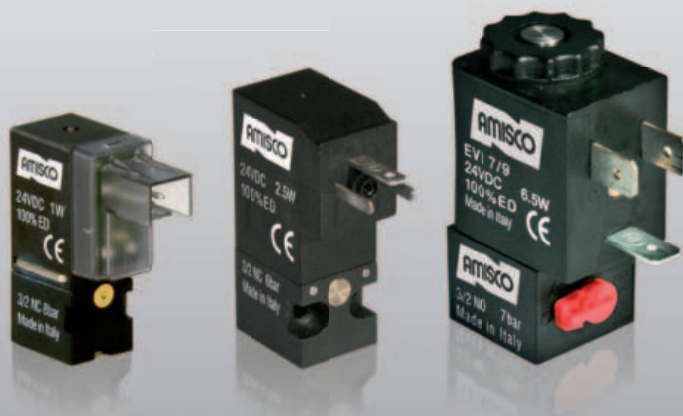
Amisco è certificata ISO 9001 dal 1992, ed è organizzata secondo i concetti della Lean Production.



[www.amisco.it](http://www.amisco.it)

Amisco spa

Via Piaggio 70 - 20037 Paderno Dugnano - Milano (Italy) - Tel. 02 9900181 - fax 02 99001860





Ispro - Istituzioni e Progetti è una società nata nel 1994 per operare a servizio di imprese, associazioni di categoria, enti pubblici e privati, liberi professionisti, lavoratori autonomi, manager. La sua mission è dare informazione sull'attività di Governo, Parlamento e Unione Europea; predisporre e seguire pareri e proposte su provvedimenti legislativi e normativi.

## Norme e provvedimenti legislativi

### Riordino del sistema camerale

Lo schema di decreto legislativo attuativo della Legge Madia (n. 124/2015) sul riordino del sistema camerale, è giunto quasi al termine del suo iter di approvazione. Il testo, in un'ottica di semplificazione amministrativa e di spending review, contiene un piano di razionalizzazione ed efficientamento delle Camere di commercio. Innanzi tutto prevede una riduzione delle attuali Camere da 105 a 60, riduzione fondata sui seguenti principi direttivi: almeno una Camera di commercio per Regione e accorpamento di quelle con meno di 75mila imprese iscritte. Per alleggerire i costi di funzionamento sono state ipotizzate alcune azioni strategiche: dimezzamento del diritto annuale e riduzione del numero dei consiglieri pari ad un 30%, gratuità degli incarichi ad eccezione di quelli di revisori dei conti, accorpamento delle aziende speciali che svolgono compiti simili, limitazione del numero delle Unioni regionali e della partecipazioni societarie. Ridefiniti i compiti attribuiti alle Camere: a fianco delle tradizionali funzioni come la tenuta del Registro delle imprese, sono previsti compiti nuovi in materia di orientamento, alternanza scuola-lavoro, supporto alla digitalizzazione, sviluppo del turismo, valorizzazione del patrimonio culturale, sostegno alla competitività di imprese e territori, assistenza alle PMI nella partecipazione a gare pubbliche. Il piano di riorganizzazione sarà gestito da Unioncamere che dovrà provvedervi entro sei mesi dall'entrata in vigore del decreto attuativo.

### Legge di Bilancio 2017

È il nuovo nome della recente riforma della Legge di contabilità e finanza pubblica, di cui alla L. 4 agosto 2016, n. 163, che ha apportato alcune significative innovazioni alla vigente disciplina contabile. La manovra, che un tempo si presentava in due ddl (stabilità e bilancio), viene ora articolata in un unico provvedimento, avente due Sezioni. Confermato il divieto di inserire norme di delega, di carattere ordinamentale, organizzatorio o interventi di natura localistica o microsettoriale. Circa i contenuti, sotto il profilo degli interventi fiscali, è presente il rinvio al 2018 degli aumenti IVA introdotti dalla legge di stabilità 2015 - cd. clausola di salvaguardia - con la contestuale eliminazione di aumenti di accise introdotti dalla legge di stabilità 2014. Son poi presenti alcune misure volte a rafforzare il contrasto all'evasione fiscale e generare maggiori entrate: tracciabilità dei prodotti sottoposti ad accisa e requisiti più stringenti per gestione depositi fiscali; possibilità di emettere la nota di credito IVA, nel caso di mancato pagamento connesso a procedure concorsuali concluse infruttuosamente; quantificazione in 1.600 milioni di euro per il 2017 delle maggiori entrate derivanti dalla voluntary disclosure. Le risorse reperite son destinate, come chiarito dal Governo, al finanziamento dei provvedimenti a sostegno della competitività delle imprese e della crescita. Si conferma poi la riduzione dell'aliquota Ires dal 27,5% al 24% (contenimento della pressione fiscale).

### Decreto fiscale / Collegato fiscale

Il DL fiscale, collegato alla manovra finanziaria, è noto soprattutto per il pensionamento di Equitalia. In realtà sono molte altre le misure di rilievo per cittadini ed imprese. Di forte impatto è la rottamazione delle cartelle esattoriali relative agli anni 2000-2016. Grazie alle modifiche apportate dalla Camera dei deputati, i sospesi con il fisco, decurtati di sanzioni ed interessi, potranno essere pagati in 5 rate: le prime 3, corrispondenti al 70% del debito dovranno essere saldate entro il 31/12/2017; le rimanenti due entro settembre 2018. La domanda per accedere alla definizione agevolata va presentata entro marzo 2017 e l'Agenzia delle entrate avrà tempo fino al 31 maggio per rispondere, calcolando l'importo complessivo e quello delle singole rate. Altro pilastro del provvedimento è la riapertura della voluntary disclosure, per la quale vengono confermate le vecchie procedure e che potrà essere utilizzata fino al 31 luglio 2017. Oggetto della sanatoria sono le violazioni commesse fino al 30 settembre 2016 per le quali sarà possibile pagare spontaneamente quanto dovuto (imposte, ritenute, contributi, interessi e sanzioni), entro il 30 settembre 2017, senza avvalersi della compensazione. Inoltre, dal 2017, i tanto odiati studi di settore diventano indici di affidabilità fiscale, con premialità per i contribuenti più affidabili; le spese di viaggio e di trasporto saranno, per i professionisti, deducibili e le partite IVA dimenticate verranno automaticamente chiuse dopo 3 anni di inattività.





Since 1975  
Specialist for Pressure Storage



## AMS Welded Accumulators

**EPE ITALIANA SRL**  
Viale Spagna 112  
20093 Cologno Monzese (MI) - Italy  
Tel. +39.02.25459028 - Fax +39.02.25459773  
[www.epeitaliana.it](http://www.epeitaliana.it) - [epeitaliana@epeitaliana.it](mailto:epeitaliana@epeitaliana.it)

## CITATI

ACCENTURE.....	www.accenture.com	48	IMAGE S.....	www.imagessrl.com	III COP
AIGNEP .....	www.aignep.com	6	ISFOL.....	www.isfol.it	48
AIR TAC .....	http://it3.airtac.com/index.aspx	28	ISPRO ISTITUZIONI E PROGETTI .....	www.ispronet.it	64
AMISCO .....	www.amisco.it	63	ITALCUSCINETTI .....	www.italcuscinetti.net	33
APPLE.....	www.apple.com	48	JOBS.....	www.jobs.it	24
ARGIOLAS FORMAGGI .....	www.argiolasformaggi.com	30	LUEN .....	www.luen.it	38
BOSCH REXROTH .....	www.boschrexroth.it	48-IV COP	METAL WORK.....	www.metalwork.it	II COP
CAMOZZI INDUSTRIES.....	www.camozzigroup.it	5	MIMESIS EDIZIONI.....	www.mimesisedizioni.it	20
CAPRARI .....	www.caprari.com	29	MYCHICJUNGLE .....	www.mychicjungle.com	34
COMMISSIONE EUROPEA.....	www.ec.europa.eu	12	PARKER HANNIFIN ITALY .....	www.parker.com	3
COSTANTE SESINO .....	www.sesino.com	19	PNEUMAX.....	www.pneumaxspa.com	10
CRIBIS D&B .....	www.cribis.com	52	UNIONE EUROPEA.....	www.europa.eu	20-44
EPE ITALIANA.....	www.epeitaliana.it	66	VIPA ITALIA .....	www.vipaitalia.it	43
EURAL GNUTTI .....	www.eural.com	8	VUOTOTECNICA.....	www.vuototecnica.net	11
F.LLI TOGNELLA.....	www.tognella.it	39	WALTER ITALIA .....	www.walter-tools.com	37
FAI FILTRI .....	www.faiifiltri.it	47	WIBU SYSTEMS .....	www.wibu.com	60-66
FFG GROUP .....	www.ffgeurope.com	24			
FLUIDMEC .....	www.fluidmec.it	51			
HAWE ITALIANA.....	www.hawe.com	55			
HYDAC .....	www.hydac.com	4			
ICE .....	www.ice.it	16			

## CodeMeter®: Estensione di Sicurezza per lo Standard OPC UA

**WIBU**  
SYSTEMS

**WIBU SYSTEMS**

**OPC FOUNDATION**

- Protezione del software da pirateria e reverse engineering
- Chiavi crittografiche protette in elementi hardware sicuri
- Disponibilità di SDK ANSI C e High Performance per OPC UA
- Licenziamento sicuro e versatile del software
- Integrazione nei processi di back office

**Registratevi per il webinar con la Fondazione OPC!**

[s.wibu.com/opc](http://s.wibu.com/opc)

VI SFUGGE LA DIFFERENZA?



A NOI NO. \*

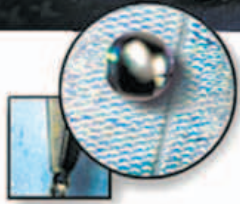


\* IL PIERCING NON ERA CONFORME ALLE SPECIFICHE DEL PRODOTTO.

IMAGE S DISTRIBUISCE E SUPPORTA PRODOTTI PER L'IMAGE PROCESSING. FORNISCE UNA RISPOSTA AD OGNI VOSTRA RICHIESTA ATTRAVERSO SERVIZI DI QUALITA' E PROFESSIONALITA'.

**IMAGE**

[www.imagesrl.com](http://www.imagesrl.com)



Archimede 40V



VIA TOMMASO GROSSI, 31 - 22066 MARIANO COMENSE (CO) ITALY TEL. +39.031.746512 FAX +39.031.746080



“We move everything.”



Voi definite cosa serve per la vostra macchina, il vostro progetto, il vostro sistema. Noi creiamo la perfetta combinazione di tecnologia e know-how per offrirvi la giusta soluzione. Che si tratti di applicazioni mobili, impianti industriali e ingegneria, automazione industriale, potete contare sulla nostra tecnologia, sulle nostre risorse in tutto il mondo e sui nostri professionisti esperti e competenti che con passione si impegnano per azionare in modo innovativo le vostre macchine. Con grande forza, ineguagliabile precisione: ecco chi siamo. **We move everything!**



Bosch Rexroth S.p.A.  
www.boschrexroth.it

The Drive & Control Company

**Rexroth**  
Bosch Group