MARSH RISK CONSULTING
SEE RISK MORE CLEARLY

Il Sole 24 ORE
www.ilsole24ore.com

MARSH
SOLUTIONS...
DEFINED, DESIGNED, AND DELIVERED.

€ 2 * In Italia, solo per gli acquirenti edicola e fino ad esaurimento copie: in vendita abbinata obbligatoria con i Focus de Il Sole 24 Ore (Il Sole 24 Ore € 1,50 + Focus € 0,50)
Mercoledì **26 Luglio 2017**
QUOTIDIANO POLITICO ECONOMICO FINANZIARIO ◆ FONDATO NEL 1865
Poste italiane Sped. in A.P. - D.L. 353/2003 conv. L. 46/2004, art.1, c. 1, DCB Milano
Anno 153° Numero 198

VERSO LA SCADENZA DI FINE MESE

Sanatoria cartelle: chi non salda perde gli sconti ma paga a rate

Luigi Lovecchio ▸ pagina 13

CASSAZIONE

Niente rimborso al bimbo autistico, non è il vaccino la causa del male

Saverio Fossati ▸ pagina 19

OGGI CON IL SOLE
COME CONVERTIRE I PREMI IN SERVIZI E GESTIRE IL LAVORO OCCASIONALE
A 0,50 euro oltre il quotidiano

EUROPA E SVILUPPO

La solidarietà economica che può aiutare l'Africa

di **Alberto Quadrio Curzio**

Trattando di Africa e di migrazioni verso l'Europa le opinioni vanno dalla affermazione "aiutiamoli a casa loro" fino a "accogliamoli tutti". Non si tratta di una alternativa perché la cooperazione allo sviluppo e le migrazioni, se governate, sono complementari. Il principio su cui fondare le politiche è la solidarietà che risulta ad un tempo umanitaria ma anche economica e civile tramite la concretezza di una cooperazione euro-africana che può portare risultati favorevoli sia ai promotori che ai destinatari delle politiche.

Una novità euro-africana. Non bisogna però perdere tempo perchè la dinamica demografica dell'Africa, pur essendo in rallentamento, porterà quella popolazione dagli attuali 1,25 miliardi a 2,5 miliardi entro il 2050. Ovvero 5 volte la popolazione europea attuale. Nel contempo l'attrattività dell'Europa è aumentata raggiungendo fino a 500mila immigrati annui. Cifra non enorme in quanto pari allo 0,1% della popolazione della Ue ma tale da creare molti problemi politico-istituzionali e socio-economici a causa della sostanziale impreparazione europea.

Eppure l'Europa a livello aggregato (Unione più Stati membri) esprime in vari modi il suo solidarismo al punto che nel 2016 è stato il primo contributore di aiuti allo sviluppo con 70,5 miliardi di euro pari al 60% del totale mondiale. L'entità è notevole ma in termini procapite picccola perché se tutti andassero alla popolazione dell'Africa si tratterebbe di 56 euro annui a persona. Non servirebbe a nulla e perciò bisogna puntare tutto sul profilo qualitativo declinando l' «esportazione della solidarietà» su due filiere: quella economica, che va dall'istruzione, alla infrastrutturazione, all'industrializzazione, alla imprenditorialità; quella civile, che va dalla scuola, alla sanità, alla salute, alla demografia, alla parità di genere, alla sicurezza. Gradualmente questi due percorsi di solidarietà economica e civile (Sec) dovrebbero portare infine alla democrazia nei Paesi che mai l'hanno avuta. Su questa premessa vediamo l'attuale situazione europea.

Continua ▸ pagina 8

Pacchetto previdenza per la manovra - Domani round con i sindacati

Ape, bonus donne e anticipo più facile dell'«integrativa»

Allarme Ragioneria: le pensioni crescono più del Pil

Avanza la preparazione del pacchetto-previdenza che troverà posto nella prossima legge di bilancio autunnale. Alcune opzioni saranno discusse domani nel round tra il ministro del Lavoro, Giuliano Poletti, e la delegazioni di Cgil, Cisl e Uil. A cominciare da quella sugli sconti contributivi per le donne, seppure limitati all'Ape social. Il Governo sta valutando un "bonus" di anzianità contributiva di 2 o 3 anni. Sul tavolo c'è anche una misura per rendere subito più utilizzabile la rendita integrativa temporanea anticipata.

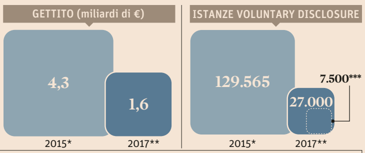
Già in autunno invece potrebbe prendere corpo un primo intervento per bloccare l'aumento dell'età pensionabile per effetto dell'adeguamento all'aspettativa di vita per i lavoratori delle attività gravose ai fini dell'Ape. Intanto scatta l'allarme della Ragioneria: le pensioni crescono più del Pil, l'effetto delle riforme è a rischio.

Rogari e Colombo ▸ pagina 3

Fisco internazionale

Rientro dei capitali con doppio rilancio

I NUMERI DELLE OPERAZIONI
I risultati della Voluntary 1 e i parziali dell'edizione bis rispetto alle attese



*dato definitivo; **istanze e gettito attesi; *** istanze già depositate

Galimberti e Vallefuoco ▸ pagina 2

A maggio forte balzo di ordini (+13,7%) e fatturato (+7,6%)

L'industria rafforza la ripresa

Dopo l'export extra Ue, anche i dati su fatturato e ordini rafforzano la ripresa dell'industria manifatturiera italiana. L'Istat segnala a maggio un incremento dell'indice grezzo degli ordini del 13,7%, nel confronto con maggio dell'ano scorso, trainato da mezzi di trasporto (+19,5%) e macchinari (+18,8%).

Positive anche le indicazioni per il fatturato, in aumento tendenziale del 7,6%, con un incremento del 6,7% sul mercato interno e del 9,3% su quello estero.

Meneghello ▸ pagina 11

LA STRATEGIA DI PECHINO

L'offensiva cinese sui porti

di **Raoul de Forcade**

È un progetto di un'ampiezza straordinaria e sorpassa di gran lunga altri storici interventi, quali il piano Marshall. La Belt & Road Initiative (Bri), ossia la strategia lanciata dalla Cina per la crescita commerciale, che crea una nuova Via della seta tra Far East ed Europa, valorizzando, tra l'altro, rotte e porti mediterranei, fa impallidire l'European recovery program ideato negli anni 40 da George Marshall.

Bart Kuipers, esperto di economia portuale e docente a Rotterdam, ricorda che il valore del progetto Usa è stato pari a 100 miliardi (di dollari del 2016).

Continua ▸ pagina 9

L'intervista. Frederic Oudea, ceo di SocGen

BENOIT TESSIER / REUTERS

Alla guida di Société Générale. Il ceo, Frederic Oudea

«Ue difenda le banche su Basilea 4 Nessun rischio per la fine del Qe»

Più fiducia sull'Italia dopo la fine delle crisi bancarie

di **Alessandro Graziani**

«Per l'Italia la crisi del sistema bancario è superata». A dispensare ottimismo non è un italiano, ma uno dei maggiori banchieri europei: Frédéric Oudea, chief executive officer del colosso bancario francese Société Générale e presidente della Federazione Bancaria Europea. Di passaggio a Milano e a Roma, dove ha incontrato esponenti del mondo finanziario e istituzionale, in questa intervista a Il Sole 24 Ore, Oudea ha affrontato tutti i principali temi del banking internazionale.

Continua ▸ pagina 5

IL RITORNO SUL MERCATO

Bond greco tutto esaurito: tasso al 4,6%,

La Grecia ha collocato titoli di Stato a 5 anni per 3 miliardi di euro con rendimento al 4,62%, nell'asta che ha segnato il ritorno di Atene sul mercato dei capitali dopo tre anni. Per il governo di Atene si tratta di «un successo assoluto» che conferma il buon andamento dell'economia greca.

Vittorio Da Rold ▸ pagina 7

EFFETTO IFO

L'euro tocca 1,17 al top sul dollaro da due anni

Il balzo di luglio dell'Ifo in Germania ha spinto l'euro che ha toccato quota 1,1711 (ai massimi da due anni) per poi scendere poco sotto 1,17. Sulla quotazione ha pesato anche l'attesa per la riunione di oggi della Fed che potrebbe ammorbire l'orientamento rialzista sui tassi.

Riccardo Sorrentino ▸ pagina 7

PANORAMA

Juncker scrive a Gentiloni: per la Libia fondi e task force Ue

Il presidente della commissione Ue, Jean Claude Juncker, scrive al premier Gentiloni: siamo pronti ad assumere impegni importanti, fondi e una task force Ue per favorire i rimpatri in Libia. La risposta del Premier: bene, ora segua l'impegno dei partner europei.

Beda Romano ▸ pagina 10

NORDAFRICA

L'intesa Sarraj-Haftar rafforza solo Macron

di **Alberto Negri**

La Libia nasce come colonia italiana con l'unificazione nel 1934 tra Tripolitania e Cirenaica e finisce nel 2011 con la caduta di Gheddafi, dopo 42 anni di dittatura, per diventare una sorta di "colonia globale" condizionata dalle influenze delle potenze esterne e da incontrollabili attori locali.

Continua ▸ pagina 10

OGGI GENTILONI-SARRAJ

Marina militare, supporto operativo in acque libiche

Marco Ludovico ▸ pagina 10

Telecom, a Genish direzione operativa L'interim di Cattaneo a de Puyfontaine

Slitta ad agosto il nuovo assetto di vertice di Telecom Italia. Flavio Cattaneo conserverà ancora per qualche giorno le cariche di ad e dg, che poi dovrebbero passare ad interim al presidente esecutivo Arnaud de Puyfontaine. L'atteso manager israeliano Amos Genish sarà direttore operativo. Olivieri ▸ pagina 21

Borsa, al via road-show Elite-Confindustria

Parte oggi a Belluno il roadshow Elite-Confindustria per selezionare le nuove società Elite. Il roadshow punta a sostenere le imprese attraverso l'accesso ai mercati dei capitali. ▸ pagina 25

Michael Kors supervaluta Jimmy Choo a 1,2 miliardi

Le scarpe di alta gamma Jimmy Choo sono passate da Jab Holdings a Michael Kors, simbolo del lusso accessibile americano, per 1,2 miliardi di dollari cash: una supervalutazione. **Crivelli** ▸ pagina 21

EXECO
The Human Side
9 Novembre 2017
CAMBIA
per un giorno
Se non cambiasse mai nulla,
non ci sarebbero le farfalle.
scopri di più:
www.execohr.it
Idee. Persone. Fatti.

ENERGIA NEL MIRINO

Nuove sanzioni, il Congresso Usa alza il tiro sulla Russia

Un progetto di legge bipartisan all'esame del Congresso americano renderà potenzialmente possibili nuove sanzioni contro la Russia ma anche contro progetti energetici legati a compagnie europee. Preoccupazione a Bruxelles.

Valsania ▸ pagina 6

Mercati

	FTSE Mib ↑	Dow Jones I. ↑	Xetra Dax ↑	Nikkei 225 ↓	FTSE 100 ↑	€/$ ↑
	21457,45	21613,43	12264,31	19955,20	7434,82	1,1694
variaz. %	0,61	0,47	0,45	-0,10	0,77	0,39
var. % ann.	28,55	16,87	20,26	20,07	10,80	6,48

Ancora una chiusura positiva per i listini europei che hanno festeggiato il buon dato di luglio dell'indice tedesco Ifo e il primo ritorno della Grecia sul mercato del debito dal 2014. Milano ha terminato a +0,61%, in linea con le altre Borse. Sul mercato obbligazionario lo spread è passato a 157 punti dai 155 della vigilia. Il rendimento dei titoli di Stato italiani a 10 anni è salito al 2,14%.

BORSA ITALIANA

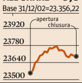
Indici Generali	25.07	24.07	Var%	Var% in.an.
FTSE It. All Share (31.12.02=23356,22)	23693,30	23555,36	0,59	13,17
FTSE MIB (31.12.97=24401,54)	21457,45	21326,58	0,61	11,56
FTSE It. Mid Cap (31.12.02=20146,67)	40415,12	40258,30	0,39	25,91
FTSE It. Star (28.12.01=10000)	34967,07	34879,70	0,25	28,63
Mediobanca (2.1.06=100)	61,11	60,53	0,96	12,15
Comit Globale (1972=100)	1262,04	1250,99	0,88	12,27

PRINCIPALI TITOLI - Componenti dell'indice FTSE MIB

Titolo	Pr.Rif.€	Var.%
A2A	1,417	-0,63
Atlantia	25,660	0,63
Azimut H.	18,390	0,60
B. Generali	28,630	0,99
Banca Mediolanum	7,400	1,16
Banco BPM	3,140	-0,19
Bper Banca	4,668	-0,43
Brembo	13,310	-0,97
Buzzi Unicem	21,780	**-1,45**
Campari	6,175	1,23
CNH Industrial	9,865	-0,65
Enel	4,798	-1,28
Eni	13,190	1,00
Exor	49,430	-0,28

Titolo	Pr.Rif.€	Var.%
FCA-Fiat Chrysler	10,060	0,20
Ferrari	86,500	-0,57
FinecoBank	7,355	1,17
Generali	15,330	2,40
Intesa Sanpaolo	2,886	0,77
Italgas	4,630	-1,07
Leonardo	15,510	3,40
Luxottica	52,600	1,54
Mediaset	3,316	-0,48
Mediobanca	8,740	0,34
Moncler	21,480	1,32
Poste Italiane	6,240	**3,40**
Prysmian	26,380	-0,11
Recordati	36,080	-0,08
S. Ferragamo	24,350	0,87
Saipem	3,374	-1,35
Snam	3,992	-0,20
STMicroelectr.	14,330	0,63
Telecom Italia	0,858	1,66
Tenaris	13,800	1,47
Terna	4,842	-0,37
UBI Banca	4,084	2,20
Unicredit	17,020	1,61
Unipol	3,968	0,81
UnipolSai	1,949	0,05
Yoox Net-A-Porter	26,360	1,19

FTSE ITALIA ALL SHARE +0,6
Base 31/12/02=23.356,22



INDICI

Paese/Indice	25.07	Var.%
BORSE EUROPEE		
EuroStoxx	376,49	0,50
Amsterdam Am. Exc.	524,69	0,58
Bruxelles Bel 20	3901,76	0,75
Francoforte Dax	12264,31	0,45
Helsinki Omxh Gen	9460,81	-1,25
Lisbona Psi 20	5283,75	0,38
Londra Ftse 100	7434,82	0,77
Madrid Ibex 35	10523,40	0,74
Parigi Cac 40	5161,08	0,65
Vienna Atx Index	3212,24	1,70
Zurigo Swiss Mkt	8937,90	0,45
ALTRE BORSE		
New York DJ Ind.	21613,43	0,47
New York S&P 500	2477,08	0,29
New York Nasdaq C.	6413,72	0,05
Tokyo Nikkei 225	19955,20	-0,10
Hong Kong Hang S.	26852,05	0,02
San Paolo Brsp Bov.	65669,42	0,88
Shanghai Comp.	3243,77	-0,21
Sydney All Ordin.	5775,28	0,65
Singapore Straits T.	3327,83	0,51
INDICE CAMBI (22 valute)		
Indice Sole-24Ore	110,80	-0,13

Prezzi di vendita all'estero: Austria €2, Germania €2, Monaco P. €2, Svizzera Sfr 3,20, Francia €2, Inghilterra GBP.1,80, Belgio €2
*con "I Codici del Sole 24 Ore" **€9,90** in più; con "L'Impresa" **€6,90** in più; con "Norme e Tributi" **€12,90** in più; con "Professionisti e Innovazione Digitale" **€9,90** in più; con "I Nuovi Regimi Fiscali 2017" **€9,90** in più; con "Information Security & Privacy" **€9,90** in più; con "Manovra Fiscale" **€9,90** in più; con "Jobs Act Autonomi" **€9,90** in più; con "Il Versamento delle Imposte" **€9,90** in più; con "Pubblico Impiego" **€9,90** in più; con "Codice Penale" **€10,00** in più; con "Il Codice di Procedura Penale" **€10,00** in più; con "How To Spend It" **€2,00** in più; con "IL Maschile" **€2,00** in più

Alimentare / 1. Piano di Cioccolatitaliani per raddoppiare negozi e ricavi in tre anni

Gelato e cioccolato italiani Aperture in tutto il mondo

La catena partita da Milano punta sulla gestione della stagionalità

Circa 5 milioni di euro da Interbanca per finanziare lo sviluppo di Cioccolatitaliani, catena commerciale che ha avviato un format innovativo nel dolciario.

Tramite la società controllante Gesa è stato chiusa un'operazione di finanza strutturata con la sottoscrizione di più linee di finanziamento per un ammontare di 4,7 milioni di euro: l'obiettivo è di supportare il gruppo nel percorso di crescita e nella realizzazione degli obiettivi fissati dal piano industriale 2016-2018 che vedrà la start up milanese rafforzarsi in Italia, sbarcare in nuovi mercati europei e svilupparsi nel canale travel retail, con aperture in stazioni e aeroporti. L'obiettivo a breve è di raddoppiare gli attuali 23 punti vendita entro il 2018.

Un riconoscimento per Cioccolatitaliani che ha chiuso il 2016 con un fatturato catena di 30 milioni realizzato da 23 store tra Italia (15) ed estero (in franchising). Il fatturato complessivo della società nel 2016 è stato di 12 milioni (quest'anno la controllante Gesa ha incorporato Arriba) con un Ebitda del 14%.

«Raramente una small cap come la nostra riesce ad avere la credibilità per condurre operazioni del genere, con controparti così prestigiose - osserva Vincenzo Ferrieri, 33 anni, ex bocconiano e ceo di Cioccolatitaliani -. È un segnale molto importante al mercato e certifica che il nostro marchio ha grandi potenzialità di sviluppo e un management in grado di confrontarsi con operatori che fino ad oggi finanziavano solo grandi gruppi industriali». Della squadra fa parte anche Marco Valle, ex manager Lavazza.

Interbanca ha però posto dei paletti nell'accordo: il rispetto dei covenant, la clausola che le risorse siano destinate solo allo sviluppo di nuovi punti vendita, il pegno sui titoli di proprietà. Il piano industriale 2016/19 prevede che il fatturato catena arrivi a 55 milioni. «I paletti sono rigidi - aggiunge Ferrieri - ma noi li seguiremo alla lettera».

Nel passato di Giovanni Ferrieri (padre di Vincenzo) c'è una lunga attività nella ristorazione a Napoli. Nel 2009 però la famiglia ha dato vita a Cioccolatitaliani, il primo format italiano completamente dedicato al mondo del cioccolato, «ispirandomi all'esperienza americana e australiana di Max Brenner, ma mettendoci il gusto italiano» sottolinea Vincenzo Ferrieri. E il problema della stagionalità del cioccolato? L'obiettivo del gruppo è la creazione di una rete di punti vendita che combinassero il cioccolato con i tipici prodotti della tradizione italiana: gelato, caffè e pasticceria. «Un'offerta completamente innovativa anche in termini di prodotto: il vero cacao sudamericano prodotto dalla piantagione colombiano Luker, che vorremo acquisire» sostiene l'imprenditore partenopeo.

Dall'apertura del primo flagship store in via De Amicis a Milano nel 2009, si contano 23 punti vendita tra Italia ed estero, di cui 4 a gestione diretta. Tra il primo e il secondo negozio sono passati due anni: perché? «Prima di fare il salto - ricorda Ferrieri - abbiamo elaborato metodologie di lavoro e procedure standard valide per tutti. Un passaggio fondamentale per un'azienda che voglia crescere». Nel prossimo triennio Ferrieri punta all'apertura di nuovi punti vendita nelle città più turistiche: Roma, Venezia, Firenze. E all'estero? «Ci piacerebbe tanto aprire in Cina - conclude Ferrieri -. Stiamo discutendo con un partner, ma il mio problema non è tanto aprire negozi quanto posizionare il mio brand».

E. Sc.

Aziende in campo
emanuelescarci.blog.ilsole24ore.com

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Abruzzo

Avionica, Leonardo inaugura nuovo stabilimento a L'Aquila

Inaugurato ieri il nuovo stabilimento di Leonardo (*nella foto*) a L'Aquila dedicato alle attività avioniche del gruppo. Con il sito di Thales Alenia Space (joint venture fra Thales, 67% e Leonardo, 33%), aperto nel 2013, nasce quindi nel capoluogo abruzzese il polo produttivo di Leonardo. Il polo produttivo, che comprende due stabilimenti, impiega un totale di circa 450 persone per lo più ingegneri e tecnici altamente specializzati, di cui 140 di Leonardo e 300 di Thales Alenia Space, e si estende su una superficie di oltre 22mila metri quadrati, distribuiti fra aree produttive, camere bianche, uffici e altri edifici accessori. In Abruzzo il gruppo Leonardo è presente con altri due centri di eccellenza di livello internazionale, quello di Chieti dedicato alla cyber security e il Centro Spaziale del Fucino di Telespazio (joint venture fra Leonardo, 67% e Thales, 33%), per un totale di circa 850 dipendenti

Alimentare / 3. Nel semestre +11,5%

Caldo primaverile e birre speciali spingono le vendite

Emanuele Scarci
MILANO

La primavera calda fa bene alla birra. Il 2017 è iniziato con un deciso colpo di acceleratore delle vendite. Tanto che nei primi sei mesi, nella grande distribuzione secondo Iri, segnavano un progresso, a valore, di circa il 10% a 612 milionie, a volume, dell'1,5% a 3,22 milioni di ettolitri.

Nel 2016 c'era stato un assaggio con una crescita dei ricavi dell'1,8%. A livello generale, nel 2016, la domanda di birra è aumentata dell'1,6%, raggiungendo i 19 milioni di ettolitri, pari a 31,5 litri/anno pro-capite. Secondo il rapporto Althesys realizzato per l'Osservatorio della birra di Fondazione Birra Moretti, i maggiori produttori hanno generato un giro d'affari stimabile in circa 2 miliardi, +21% nell'ultimo decennio. Ma considerando anche distribuzione e vendita il valore condiviso è di 6 miliardi, di cui 4,85 nella ristorazione e 1,2 miliardi nel retail.

«Meglio di così non potremmo andare - esordisce Alberto Frausin, ad di Carlsberg Italia -. È tutto l'anno che cresciamo a doppia cifra. E anche luglio è molto positivo».

Il traino principale per i consumi arriva (temperatura a parte) da birre premium (+11% a valore e +18% a volume) e speciali (+14,6% e +16,65%); ma non deludono le standard (+10% e +12,7%). In retromarcia invece le birre low cost (-6,2% e -6,4%) e le aromatizzate (-3% e 1,6%). «Il successo crescente delle birre del territorio e delle premium - sottolinea Frausin - è il risultato del grande lavoro svolto dalle imprese che ha permesso l'evoluzione dei consumatori. Quanto alle birre aromatizzate si sono fatti grandi investimenti ma ora il mercato non segue più».

Davide Franzetti, country manager di Ab Inbev, dichiara una crescita migliore rispetto alla media del mercato e conferma la leadership «nei segmenti a più alto valore aggiunto (super-premium e speciali *ndr*) con ottime performance di tutti i brand, in particolare Corona, Leffe e Tennent's Super». Le rilevazioni nella Gdo indicano che nel primo semestre 2017 il leader Heineken ha consolidato la leadership guadagnando lo 0,8% di quota di mercato al 36,2%, Ab Inbev si è collocata al 14,8% (+0,4%), Peroni (Asahi) al 15,5% (+0,1%); ferme Carlsberg con il 9,7% e Bavaria con il 4,7%. Arretrano Royal Unibrew con il 3,9% (-0,2%), Forst con il 3% (-0,3%) e le private label con il 2,7% (-0,7%).

A METÀ DELL'ANNO
Franzetti (Ab Inbev): il mercato premia i prodotti ad alto valore aggiunto
Frausin (Carlsberg): grande lavoro dei produttori

Un pezzo della partita si è giocato nelle birre speciali, un segmento ricco che nel semestre valeva 126 milioni di euro (contro i 200 milioni delle premium e i 227 delle standard). Ab Inbev ha guadagnato due punti al 31% di quota di mercato e Carlsberg quasi un punto al 6,7%. Ferme Forst e Peroni (+0,1%). In retromarcia Royal Unibrew (-1,5%) Heineken (-0,6%) e Bavaria (-0,1%). Infine, l'anno scorso Carlsberg Italia e Carlsberg Horeca hanno raggiunto il turn around dopo anni di profondo rosso. Nel 2016 i ricavi sono saliti da 123 milioni a 126, l'Ebitda da 4 milioni a 8,8 e la perdita di 7,6 milioni si è trasformata in un utile di 463mila euro. Carlsberg Horeca è passata da una perdita di 300mila euro a un utile di 1,4 milioni.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Alimentare / 2. Lavori completati all'80% per il parco del food e contratti firmati con i toru operator

Rush finale per Fico a Bologna

EMILIA ROMAGNA

Ilaria Vesentini
BOLOGNA

Le 40 fabbriche sono costruite e per l'80% anche già attrezzate con macchinari. Il 60% della ristorazione è completato. Con 25 dei 200 tour operator contattati sono già stati firmati contratti e sono in dirittura d'arrivo due progetti di partnership con Trenitalia e Poste italiane. Proseguono a ritmo serrato i cantieri edilizi, le attività di promozione e le alleanze strategiche di Fico-Eataly world, il mega parco del cibo di 10 ettari (di cui 8 coperti), per cui l'amministratore delegato Tiziana Primori conferma il taglio del nastro «a inizio autunno». Forse non il 4 ottobre - giorno di San Petronio, patrono di Bologna - come previsto inizialmente «ma tutto dipende dall'esito dei collaudi in agosto, solo allora ufficializzeremo la data di inaugurazione», precisa l'ad.

Entro agosto dovrebbero concretizzarsi anche l'accordo con Trenitalia per attivare tariffe agevolate per i visitatori del parco («e stiamo studiando l'ipotesi di creare un trenino ad hoc per arrivare a Fico», aggiunge Primori) e il progetto con Poste italiane per attivare all'interno della "Disneyworld" italiana dell'agrifood «il primo ufficio postale da cui spedire il tutto il mondo i prodotti che il visitatore scopre e trova qui a Fico; un'iniziativa molto innovativa a supporto anche all'export delle nostre Pmi», spiega Primori, rimarcando che l'obiettivo di Fabbrica italiana contadina è prima di tutto dimostrare al mondo il valore del *made in Italy*. Non solo alimentare.

Oltre alle 40 fabbriche del food e ai 40 luoghi di ristoro sugli 1,2 chilometri di gallerie commerciali ci saranno infatti anche una quindicina di imprese non-food del settore casa come Alessi, Guzzini, Kartell e un'altra cinquantina tra aziende-simbolo del saper fare italiano, amministrazioni regionali e locali, nonché le associazioni a rappresentare il nostro Paese. A partire dall'Unesco, che all'ingresso di Fico avrà un desk per presentare i 53 siti italiani patrimonio dell'umanità.

«Parliamo in tutto di 150 imprenditori che saranno qui presenti, con 700 addetti al lavoro e due ettari di filiere agricole con 2mila cultivar diverse coltivate e 200 tipi di animali allevati. Confermiamo l'obiettivo dei 6 milioni di visitatori a regime in tre anni - snocciola numeri Primori - di cui 2 milioni "locali", in arrivo da un raggio di 60 km, gli altri da fuori. Abbiamo già firmato protocolli per agevolare i collegamenti con città come Rimini, Firenze, Venezia e stiamo lavorando con Lombardia e Piemonte. L'area con cui facciamo molta fatica a interloquire è purtroppo la capitale».

Bisognerà invece aspettare la primavera 2019 per vedere in funzione la struttura ricettiva, che sarà costruita dentro Fico a servizio sia dei turisti del parco sia del centro congressi da mille posti già pronto quest'anno.

PIANI E NUMERI
In dirittura d'arrivo anche gli accordi con Trenitalia e Poste Italiane
Previsti ottanta punti vendita e 700 nuovi addetti

© RIPRODUZIONE RISERVATA

STILI&TENDENZE

In breve

RETAIL
Manhattan: Herno trova casa a Soho

Per il primo monomarca negli Stati Uniti, Herno ha scelto il quartiere Soho di Manhattan: 160 metri pili simili a una casa che a un negozio, accanto ai più importanti brand italiani e stranieri della moda e del design, in una delle vie (Greene Street) più di tendenza di New York.

OCCHIALI
Christian Roth rilancia il Reducer

Per l'estate lo storico brand americano Christian Roth ripropone il modello da sole Reducer. Montatura unisex con lenti a goccia e telaio in titanio (nella foto, la versione «Gold»).

MODA24

LUSSO
Lingerie, un'Mbo per Coco de Mer

Nuovi soci - guidati da Lucy Litwack - per Coco de Mer.

www.moda24.ilsole24ore.com

Multicanalità. Servizio gratuito con spedizione in tutto il mondo

Il digitale on demand della Rinascente debutta su WhatsApp

L'ad Cocchini: «In Duomo boom di cinesi (+32%) e russi (+42%)»

Giulia Crivelli

Usare la tecnologia – in particolare i social network di maggior successo e diffusione – per offrire servizi inediti, unici nel panorama dei department store italiani e non solo. È la *Rinascente way* verso il digitale, una scelta che va oltre il "semplice" shopping online. «Abbiamo sempre temporeggiato sull'e-commerce – spiega l'amministratore delegato Pierluigi Cocchini –. Non perché pensassimo che non si tratti di un'opportunità. Né perché fossimo spaventati dalle oggettive complicazioni logistiche e di servizio per un negozio che ha decine di migliaia di prodotti di ogni genere. Pensiamo piuttosto che l'e-commerce non rifletta quelle caratteristiche che rendono unica l'esperienza di shopping alla Rinascente».

È nato così Rinascente On Demand, una sorta di concierge digitale, basata sull'instant messaging, non su un sito web. «Il cliente deve avere le idee chiare. O meglio: deve avere chiari i suoi desideri. Se sta cercando un prodotto che ha visto alla Rinascente o magari che qualcuno gli ha segnalato in uno dei nostri negozi, può contattare tramite WhatsApp la Rinascente On Demand – spiega Cocchini –. Un personal shopper si occuperà di trovare nello store di Milano Duomo, dove l'assortimento è completo, il prodotto desiderato, appartandolo per 24 ore». Non c'è limite al numero di WhatsApp che il potenziale cliente può scambiarsi con il personal shopper e se alla fine decide di acquistare, gli viene inviato un link per il pagamento, da farsi con qualsivoglia tipo di carta di credito, PayPal o con bonifico bancario. «A quel punto il prodotto viene spedito: a Milano la consegna è immediata, per qualsiasi altra destinazione in Italia o all'estero bastano pochi giorni», sottolinea l'amministratore delegato.

La Rinascente On Demand è attivo dal 22 giugno e nel primo mese non sono mancate le sorprese: «Abbiamo avuto un numero di WhatsApp che il potenziale cliente può scambiarsi con il personal shopper e se alla fine decide di acquistare, gli viene inviato un link per il pagamento, da farsi con qualsivoglia tipo di carta di credito, PayPal o con bonifico bancario. «A quel punto il prodotto viene spedito: a Milano la consegna è immediata, per qualsiasi altra destinazione in Italia o all'estero bastano pochi giorni», sottolinea l'amministratore delegato.

Al vertice. L'ad Pierluigi Cocchini A sinistra, il logo del nuovo servizio

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Cosmetica. Germania a + 25,6% - Bene i canali professionali

Corre l'export di bellezza e riparte il mercato interno

Marta Casadei

L'industria cosmetica made in Italy continua la propria corsa a ritmi organici, ma sostenuti, iniziata in barba alla crisi e all'insegna dell'anticiclicità. I dati forniti da Cosmetica Italia evidenziano un 2017 positivo: il fatturato globale dell'industria della bellezza made in Italy arriverà poco sotto gli 11 miliardi di euro, in salita del 4,6% rispetto al 2016, anno in cui il settore aveva messo a segno un +5,3%.

A trainare i conti sono sempre le esportazioni, che a fine 2017 dovrebbero crescere del 9,5% rispetto all'anno scorso, superando i 4,7 miliardi di euro. L'export dell'industria cosmetica italiana nel suo complesso è concentrato per circa il 64% nei primi dieci mercati di riferimento del nostro Paese: la Germania, che nel 2016 ha messo a segno un +25,6%; la Francia (+5,9%) e gli Stati Uniti sono i primi tre clienti del beauty made in Italy.

In questi primi sei mesi del 2017 è andato bene anche il mercato interno, la cui crescita sarà quasi doppia rispetto a quella registrata nel 2015: il fatturato domestico del settore chiuderà infatti a +1,2%.

«Il 2017 sarà un anno positivo per la cosmetica italiana – commenta Fabio Rossello, presidente di Cosmetica Italia – e su più fronti: quello delle esportazioni, che continuano a rappresentare un importante driver della crescita, ma anche quello delle vendite domestiche con i canali professionali che, dopo anni di flessione, hanno battuto quelli tradizionali in termini di crescita».

Nel dettaglio, i canali tradizionali, che assorbono una grossa fetta del fatturato domestico del settore cosmetico made in Italy, chiuderanno il 2017 con una crescita dell'1,2% mentre i professionali registreranno un incoraggiante +1,9%. Le performance migliori tra i canali di vendita tradizionali spettano alle vendite dirette: su di esse, infatti, incide l'aumento delle vendite online che alla fine dell'anno arriveranno a toccare i 300 milioni di euro. In fase di stallo, invece, la farmacia, che ha chiuso il primo semestre dell'anno con una sostanziale stabilità (+0,5%) dei ricavi e la profumeria, che in chiusura d'anno recupererà il -0,5% registrato tra gennaio e giugno 2017. «I canali di vendita tradizionali devono ripensare offerta e servizi anche in virtù delle nuove esigenze dei consumatori, che opteranno sempre di più per una fruizione multicanale», chiosa Rossello.

Sono state positive nel primo semestre (+5%) e cresceranno di mezzo punto percentuale entro la fine dell'anno le performance dei terzisti, il cui fatturato è assorbito dai mercati esteri per l'80% circa.

Contestualmente ai dati di congiuntura, Cosmetica Italia ha svelato anche i risultati di un'indagine condotta con Human Highway e relativa al mercato della bellezza nel 2027: secondo gli intervistati – consumatori e aziende – le vendite di cosmetici in Italia aumenteranno e il made in Italy avrà un ruolo sempre più decisivo a livello internazionale. I cosmetici del futuro, per essere appetibili, dovranno essere efficaci, personalizzabili e sostenibili. Ed essere venduti in canali "ibridi", tra on e offline.

Stati Uniti clienti top. L'ultima edizione del Cosmoprof a Las Vegas

I NUMERI

+9,5%
Crescita export 2017
Secondo la Congiunturale di Cosmetica Italia, a fine anno le esportazioni toccheranno i 4,7 mld.

300 milioni
Vendite online
L'e-commerce sta crescendo a ritmi sostenuti. Le vendite dirette, che includono quelle online, saliranno dell'8,5%.

+1,9%
Canali professionali
Dopo anni in negativo, acconciatori ed estetiste sono in ripresa.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Strategie

Non soltanto e-commerce nel lifestyle di Dondup

A poco più di un mese dall'annuncio del 19 giugno, la nuova strategia digitale di Dondup diventa realtà. Matteo Marzotto, presidente e azionista di minoranza, e l'amministratore delegato Marco Casoni avevano promesso novità per l'e-commerce, parte integrante della strategia distributiva del marchio di casualwear, ma non solo.

Così è: da ieri la sezione e-shop del sito *www.dondup.com* è in due lingue, italiano e inglese, e permette di comprare da Russia, Regno Unito, Stati Uniti e Paesi dell'Unione europea.

Altrettanto importante è la presenza sui social network, curata da un team ad hoc, e il magazine digitale *D360.com*, pensato per raccontare l'idea di lifestyle che sta alla base del brand. Nato nel 2000, Dondup è specializzato in denimwear e casualwear ed è oggi controllato al 91% dal fondo L Catterton: le strategie messe a punto con Marzotto e Casoni prevedono l'espansione all'estero e l'apertura di showroom dedicati che si affiancheranno a quello di Milano. L'obiettivo è arrivare, nel 2020, a un fatturato di 190 milioni dagli attuali 60.

Per l'A-I. Total look da donna

© RIPRODUZIONE RISERVATA