

e-KONomy

RACCONTARE L'IMPRESA PER CRESCERE



Newsletter di informazione in distribuzione gratuita. Anno III Dicembre 2016



*McCormick acquisisce il 100% di Giottì:
nascono sinergie e nuove opportunità.
Operazione conclusa con il supporto di
Kon Group.*

Pagina 4

Editoriale

Investire in Italia:

gli investimenti americani per lo sviluppo delle imprese italiane

pagina 2

move.ON

Storie di Start Up –
Enbelive e il servizio
Child Explorer

Pagina 8

Doing Business In Austria

Austria, una grande
opportunità per gli Investitori

Pagina 11

REDAZIONE
Via Masaccio, 191
50132 Firenze
Tel. 055 5535405
Fax. 055 4089908
info@kon.eu

I dati relativi ai destinatari della Newsletter vengono utilizzati esclusivamente per l'invio della pubblicazione e non vengono ceduti a terzi per nessun motivo. Resta ferma la possibilità per l'interessato di esercitare i diritti di cui all'articolo 13 della legge 675/96.



@kongroup



[linkedin.com/company/kon-spa](https://www.linkedin.com/company/kon-spa)



www.kon.eu
www.lamerchant.it

Editoriale_

Investire in Italia: gli investimenti americani per lo sviluppo delle imprese italiane

Di Francesco Ferragina



Continuamente siamo contattati da investitori

esteri interessati alle aziende del Made in Italy, in quanto sinonimo di qualità ed espressione di uno stile di vita invidiato. In questo ambito le aziende italiane sono oggetto di acquisizione da parte di chi ha i mezzi, sia finanziari che industriali, per fare crescere i nostri brand, caratterizzati spesso da prodotti semi artigianali dalle caratteristiche uniche. Questi elementi sono contemporaneamente sia di forza, in quanto prodotti unici e frutto di grande talento artigianale, che di debolezza, perché in molti casi le aziende restano di piccole dimensione subendo fortemente le fluttuazioni del mercato oppure, quando intraprendono percorsi di crescita dimensionale, spesso è soltanto su scala nazionale e, in rari casi, a livello internazionale.

Facciamo un passo indietro però, e cerchiamo di capire quanto valgono gli investimenti americani in Italia, quali sono i settori maggiormente interessati e che impatto hanno le operazioni di M&A sulle imprese.

Nonostante la crisi del debito in determinati Paesi sia stata maggiormente penalizzante, i volumi degli investimenti nei principali paesi del vecchio continente sono stati rilevanti. In Spagna sono stati fatti circa il doppio degli investimenti e in Francia oltre il triplo. Meglio di noi anche Svezia, Norvegia e Belgio. Gli investimenti americani in Europa hanno raggiunto un valore di quasi tremila miliardi di dollari nel 2015. I maggiori capitali sono stati diretti verso l'Olanda, il Regno Unito e l'Irlanda, ma anche verso la Germania e la Svizzera che, seppur paese non appartenente all'UE, è caratterizzata da un sistema finanziario fortemente integrato. Una buona parte di questi investimenti sono stati in attività finanziarie e non in attività reali.

L'Italia si colloca agli ultimi posti di questa speciale graduatoria con un volume di 22,5 miliardi di dollari di investimenti esteri, che rappresentano soltanto lo 0,8% del totale degli investimenti USA in Europa e lo 0,45% a livello mondiale. Il trend riscontrato nell'ultimo triennio risulta oltretutto negativo, si registra infatti una riduzione del 12,9% rispetto agli investimenti del 2013.

Nonostante ciò nell'ultimo anno l'Italia è diventata sempre più attrattiva per gli investitori istituzionali che investono su base opportunistica. Gli investimenti americani in Italia sono stati caratterizzati prevalentemente da investimenti di carattere commerciale o di rappresentanza, realizzati da alcune delle più grandi multinazionali, quali: Exxon, General Electric, Pfizer e Abbott, Blackrock, Blackstone, Power One, ecc.

Ma cosa cercano in Italia gli Investitori americani? Desiderano investire in imprese di medio-piccole dimensioni ed i settori di maggior interesse sono:

- Manifatturiero
- Commercio all'ingrosso
- Informatica e TLC
- Finanziario

Molto ricercate, tra le imprese del settore manifatturiero, sono quelle che appartengono a determinati comparti che sono testimonianza del Made in Italy, quali:

- Food & Beverages
- Fashion & Luxury
- Packaging

È percepito inoltre come un vantaggio competitivo rilevante, sia tecnico e conoscitivo che di mercato, l'appartenenza a un distretto. Aumentano le richieste per investire nel settore delle «scienze della vita» dove la ricerca italiana è eccellente e

riconosciuta e nella meccanica di precisione. Rilevante è infatti il comparto delle macchine industriali. Più in generale gli Investitori americani sono in ogni caso interessati ad investire in imprese sane e con prospettive di sviluppo, da inserire in un sistema di mercato più ampio. Un indicatore importante dell'interesse degli investitori, in linea generale, è rappresentato dal mercato dell'M&A, che descrive quanto gli investitori esteri credono nelle nuove iniziative. Ad esempio, nel 2015 le operazioni di M&A sono state pari a 583, con una crescita del 16,5% nel corso degli ultimi cinque anni. Tra queste, 201 operazioni sono state realizzate da investitori esteri per un controvalore complessivo pari a 32 miliardi di euro, che rappresenta il 57% delle operazioni totali.

Come anticipato prima, le aziende italiane di maggior interesse per gli investitori esteri sono rappresentate dalle nostre piccole-medie imprese che caratterizzano il tessuto socio-economico nazionale, infatti il 90% di tutte le operazioni di M&A realizzate in Italia nel 2015 sono riconducibili a tale target di riferimento.

Ma quali effetti ha l'M&A sulle imprese? Le società che sono state soggette ad operazioni di M&A registrano una crescita media dei ricavi del 7%, contro il 4,6% delle altre, un aumento degli investimenti del 6,4%, contro il 4,7%, ma soprattutto una crescita della produttività del 14,7%, rispetto all'1,7% delle società non soggette ad operazioni di M&A. Tuttavia, il mercato italiano presenta alcuni fattori di criticità quando si tratta di investimenti esteri, e tra questi si trovano l'instabilità del sistema politico, principalmente l'instabilità creata dalle autonomie locali, l'eccessiva e complessa burocrazia nella Pubblica Amministrazione, l'eccessività del carico fiscale, i ritardi nella digitalizzazione, l'incertezza e la lunghezza dei tempi della giustizia ed infine l'inefficacia del sistema bancario e le continue difficoltà a causa delle sofferenze che le banche italiane hanno in bilancio.

GIOTTI
Your Natural Flavor House

ENRICO GIOTTI S.p.A.

McCormick acquisisce il 100% di Giotti: nascono sinergie e nuove opportunità. Operazione conclusa con il supporto di Kon Group.

Di Francesco Ferragina e Giovanni Nucera

Dopo Drogheria e Alimentari S.p.A., specialista delle spezie acquisita l'anno scorso per 85 milioni di euro, il colosso Usa McCormick & Co ha annunciato il 29 novembre l'accordo per la sua seconda acquisizione italiana per la cifra di 120 milioni di euro. Si tratta della Enrico Giotti S.p.A., azienda toscana leader nella produzione di aromi naturali. A vendere è la famiglia Giotti che insieme all'attuale management resterà alla guida della storica società fondata nel 1928.

Cerchiamo di ripercorrere la storia del Gruppo Giotti, che con due stabilimenti in Italia (Scandicci e Fidenza), opera anche con un sito produttivo in Macedonia, sedi commerciali in Russia, Ucraina e Romania e impiega più di 130 dipendenti. La società produce aromi naturali e biologici, estratti di erbe aromatiche, succhi concentrati di frutta e una vasta gamma di basi aromatiche per tutti i settori merceologici alimentari (bevande, liquori, gastronomia, prodotti da forno e dolciari), il tutto per oltre 3 mila referenze attive.

Nata dalla intuizione imprenditoriale del fondatore, Enrico Giotti, e sviluppatasi poi attorno alla famiglia, da sempre presente in azienda ed oggi alla sua terza generazione, la Giotti è archetipo di quella cultura industriale, tutta italiana, che coniuga tecnologia e creatività attorno ai profumi ed ai

sapori della tradizione culinaria. Una idea di successo già esportata in Europa e nell'Africa mediterranea, oggi proiettata verso i mercati emergenti dell'Est Europa dove operano nostre società controllate.

Uno sguardo al passato



E' il 1928 quando in Via Ghibellina, nel cuore di Firenze, un giovane di 30 anni, che da sempre guarda al futuro, gestisce un bar. Già allora, nel retrobottega, elabora essenze sognando quel domani che oggi è realtà. Era l'epoca della pasta di arancio, di limone, di mandarino, di essenze ed estratti solubili per acque gassate ed i primi liquori. Dieci anni più tardi, dopo la prima idea imprenditoriale, in Via Sette Santi, nasce un nuovo laboratorio nel quale Enrico Giotti realizza le prime

La società produce aromi naturali e biologici, estratti di erbe aromatiche, succhi concentrati di frutta e una vasta gamma di basi aromatiche per tutti i settori merceologici alimentari.



prime bevande

gassate introdotte dall'esercito americano, da attento osservatore, Enrico Giotti intuisce nuove opportunità imprenditoriali sviluppando le basi aromatiche necessarie ai produttori locali per realizzare le medesime bevande, caratterizzandole anche secondo il gusto italiano. In questi anni inizia per l'azienda una florida attività di commercio anche nei Paesi Nord Africani che sarà poi

L'evoluzione

continua con incedere sicuro, fatto di piccoli passi che, allora, erano da giganti. Significativa è la stampa del primo catalogo datato 12 febbraio 1948.

Dopo la Seconda Guerra Mondiale con il diffondersi delle

basi concentrate

per liquori e bevande su scala più grande, non solo per l'utilizzo nel proprio bar, ma anche per altri produttori locali.

sviluppata e consolidata nei decenni successivi. Per la realizzazione di questo nuovo progetto nasce a Firenze, in via Rosolino Pilo, la prima vera fabbrica dotata di moderni impianti produttivi. La Enrico Giotti diviene così una realtà industriale trasformandosi nel 1953 in Società Anonima, l'attuale S.p.A.

Nel 1959, con la prematura scomparsa del fondatore subentra il giovane figlio maggiore Gian Franco, il quale, nel successivo decennio sviluppa notevolmente le attività traghettando l'azienda da una realtà artigianale ad una vera e propria industria grazie anche all'ingresso nel 1969 del fratello Giovanni. Da qui l'esigenza di nuovi spazi nei quali sviluppare ulteriormente le attività: inizia la costruzione di un nuovo grande stabilimento. Sono questi gli anni in cui si amplia la gamma degli aromi per bevande e si sviluppano nuove basi aromatiche destinate all'industria lattiero casearia: yogurt e gelati.

Nel 1971 vi è invece l'inaugurazione del nuovo stabilimento nella zona industriale di Scandicci alle porte di Firenze. Il mercato delle bevande a base succo, che rappresenta il core business della Giotti, viene ulteriormente sviluppato grazie anche all'intuizione strategica di entrare nella compagine azionaria del gruppo SIDAC, una società di trasformazione di succhi agrumari ubicata nel Sud Italia, nei territori di coltivazione. Giotti è il partner di riferimento del gruppo, pertanto in questo modo si giova di una buona garanzia sull'approvvigionamento e sul controllo delle tecnologie di trasformazione delle materie prime. Una sinergia che consente di offrire ai propri clienti la migliore combinazione tra succo

ed aroma. In questi anni il gruppo SIDAC si ingrandisce al punto da accorpare ben sette stabilimenti di trasformazione di succhi agrumari, fino a diventare, a cavallo tra gli anni '80 e '90, il primo gruppo di trasformazione nel bacino del Mediterraneo.



Negli anni '90 con l'ingresso dei figli di Gianfranco: Costanza (1991) e successivamente Enrico (1997), la terza generazione si affaccia nella compagine dell'organizzazione Giotti. La volontà di diversificare l'attività dell'azienda su mercati non strettamente legati al mondo delle bevande porta la Giotti a cedere le quote azionarie del gruppo SIDAC. Terziarizzando la produzione sugli altri soci del gruppo, la Giotti si dedicò con maggiore slancio allo sviluppo di aromi per tutti gli altri settori alimentari pur mantenendo un forte legame di partnership con le altre società del gruppo SIDAC. Sono anni di profonda trasformazione per una Giotti che passa a tutti gli effetti da azienda di prodotto ad azienda di servizio.

Alla fine degli anni '90, grazie all'intuito della nuova generazione, ha inizio il processo di internazionalizzazione dell'azienda.

Un'attenzione particolare viene data ai mercati

emergenti con l'apertura nel 1999 di uno stabilimento produttivo in Macedonia. Nel 2001 nonostante la prematura scomparsa di Gianfranco la famiglia Giotti continua, anche nel suo nome, il processo di espansione nei paesi dell'Est inaugurando nel 2002 una nuova unità operativa a Mosca e nel 2004 un nuovo ufficio commerciale in Ucraina.

Uno dei laboratori



Nel 2008, per far fronte alle nuove esigenze produttive ed adeguare lo stabilimento a standard qualitativi più elevati l'intero stabilimento viene ristrutturato ed ampliato con la realizzazione di nuovi reparti e nuove aree produttive.

Nel 2009 la Enrico Giotti S.p.A. acquisisce una fabbrica di imbottigliamento dando vita ad una nuova unità produttiva a Fidenza (PR): GioCan. Il nuovo stabilimento di confezionamento in lattine si è immediatamente imposto sul mercato europeo, grazie ai nuovi formati fashion delle bibite in lattina da 355 ml e 568 ml, oltre all'intera gamma dei prodotti tradizionali. Grazie alla sinergia con la R&D della casa madre fiorentina

propone anche un prodotto "chiavi in mano": dallo studio della ricetta al prodotto confezionato. Giovanni, Enrico e Costanza, continuano, nel rispetto della tradizione di famiglia, con professionale sicurezza, il cammino iniziato dal giovane Enrico oltre ottant'anni prima in quel bar di Via Ghibellina.

I numeri della Società parlano chiaro, dal 2009 ha più che raddoppiato il valore del fatturato e incrementato costantemente la sua marginalità operativa lorda mantenendo un livello di indebitamento molto basso.

Il mercato globale degli aromi vale oltre 11,5 miliardi e si prevede che supererà i 16 miliardi nel 2021, con un tasso di crescita medio annuo del 7,5%. In termini di volumi, nel 2015 il mercato degli aromi ha consumato circa 587 milioni di tonnellate di prodotti.

La Enrico Giotti e i suoi azionisti sono stati assistiti da Kon Group S.p.A. nell'operazione di cessione a McCormick.

Il Logo



Il logo storico della Giotti si rifà all'opera iconografica di Giuseppe Arcimboldo, un pittore rinascimentale che usava comporre ritratti combinando tra loro, in una sorta di Trompe-l'oeil, oggetti o elementi dello stesso genere. Analogamente assemblando gli elementi di base dei costituenti aromatici, fin dalle origini la Giotti ha saputo combinare sapientemente estratti, infusi ed essenze per realizzare le sue prime ricette esclusive di bevande e liquori.

move.ON

Chi, come e-KONomy, vuole occuparsi dell'economia che cresce, non può assolutamente dimenticare l'economia che nasce ovvero l'idea di riporre fiducia nel futuro con la convinzione che è necessario andare avanti in modo proattivo innovando sempre. Così, all'interno di questa apposita rubrica intitolata "move.ON", ci occuperemo di start up ed incubatori e racconteremo storie e personaggi, sogni ed obiettivi, difficoltà e sfide. Tutto ciò è stato reso possibile dalla collaborazione con importanti incubatori ed acceleratori che, appunto, ci aiuteranno nel racconto delle storie aziendali che animeranno la rubrica.



Child Explorer, l'App che promuove la salute dei bambini

Enbelive S.r.l. è una start up innovativa a vocazione sociale fondata da Alessandra Nucci ed Ennova S.r.l. a Marzo 2015.

Enbelive ha come mission la volontà di sviluppare servizi e tecnologie a supporto delle smart cities e della smart community per rispondere alle esigenze di mobilità e sicurezza delle famiglie con una particolare attenzione ai più piccoli.

Proprio all'interno di questa cornice si colloca **Child Explorer**, un servizio che stimola i bambini a muoversi a piedi in piena sicurezza. La volontà è quindi quella di avere bambini più autonomi e genitori più sereni.

L'esigenza di andare a sostenere un nuovo stile di vita dei nostri bambini, nasce dall'analisi di alcuni dati che mostrano la preoccupante crescita di sedentarietà, il forte utilizzo dell'automobile nei centri urbani e un allarmante numero di bambini in sovrappeso o obesi.

Andare a piedi fa bene alla salute dei nostri figli e all'ambiente ecco perché Child Explorer ha voluto

utilizzare la tecnologia come strumento divertente pensato per i bambini al fine che diventino protagonisti del loro benessere e consapevoli dell'importanza di uno stile di vita salutare.

Child Explorer è dedicato ai bambini tra i 5 e gli 11 anni e alle loro famiglie. Child Explorer è un servizio completo che include una piattaforma web, una applicazione mobile e un sistema di gamification che, in abbinamento a MoveTime Track & Talk Watch di Alcatel migliora l'autonomia di movimento dei bambini e la loro consapevolezza di uno stile di vita sano.

Il servizio



I bambini indossano MOVETIME Track & talk Watch e i genitori possono seguire i loro figli su una mappa interattiva dal proprio smartphone grazie

move.ON

all'APP Child Explorer. MOVETIME Track&Talk Watch è un piccolo orologio che contiene una SIM che permette ai bambini di chiamare e mandare messaggi vocali ad alcuni numeri pre-impostati dai genitori attraverso l'APP.

Vincitore alla Call App4Cities del PoliHub e Forum PA 2015



Inoltre 10 numeri scelti possono chiamare e mandare messaggi vocali al bambino. MOVETIME Track&Talk Watch include il GPS, la rete GSM e la connessione Wifi per localizzare il bambino entro 90 secondi, grazie ad accurate informazioni di localizzazione, sia negli ambienti interni che esterni. Grazie al suo design ultra leggero, MOVETIME Track&Talk Watch è comodo da indossare e la batteria ha una durata fino a quattro giorni di utilizzo.

CHILD EXPLORER in collaborazione con FBK (Fondazione Bruno Kessler) è anche un sistema di Gamification che stimola i bambini a muoversi a piedi e li premia in relazione al movimento fisico che svolgono. I passi effettuati dai bambini e registrati dal MOVETIME Track & Talk Watch, si

trasformano in punti che vanno a colorare un percorso virtuale, più passi il bambino effettua più «green medal» conquista e più alberi appariranno sul suo percorso.

Enbelive crede fortemente nella collaborazione con le scuole, per questo ha deciso di aprire la piattaforma Child Explorer ai servizi di Piedibus dei Comuni per rendere più efficiente il servizio di accompagnamento a scuola dei bambini.

Grazie alla WEB APP e all'APP Mobile di Child Explorer gli accompagnatori possono crearsi il loro profilo visibile alle famiglie, avere un'agenda sempre aggiornata, creare il loro percorso e indicare giorni e ora di disponibilità. Le famiglie possono prenotare in tutta comodità dai loro smartphone il servizio di accompagnamento e visualizzare la posizione dell'accompagnatore mentre porta il loro figlio a scuola.

Vincitore alla Call App4Cities del PoliHub e Forum PA 2015



Child Explorer ha un forte impatto sociale pienamente colto dalle Amministrazioni tanto che hanno premiato la società presso il Forum PA 2015. Inoltre Child Explorer ha vinto il bando del

Comune di Milano per il Civic Crowd Funding e, fino al 19 Dicembre, Child Explorer è su Eppela – piattaforma di finanziamento collettivo aperta a tutti, dove proporre progetti culturali, sociali e ambientali, lanciare prodotti innovativi e startup – con l'obiettivo di coinvolgere i cittadini e raccogliere fondi per attivare sperimentazioni gratuite nelle scuole in tutti i Comuni che vogliono testare il servizio.

Web Summit Selection 2015



Da Dicembre Enbelive, all'interno di Torino Living Lab, sarà nelle scuole del quartiere Campidoglio di Torino per portare Child Explorer direttamente all'interno delle classi.

Il modello che Enbelive vuole promuovere, come evidenziato da Alessandra Nucci durante il 18° Annual Assicurazioni del Sole24 Ore, è quello di attivare, insieme a partner assicurativi, servizi fisici e digitali che rispondano ai nuovi bisogni di sicurezza e serenità di tutti i componenti della famiglia, dai bambini ai nonni.

I Fondatori

Alessandra Nucci



Co-founder e CEO di Enbelive. Nata a Milano nel 1972, laurea in Scienze Politiche indirizzo economico presso l'Università Cattolica di Milano, specializzazione in Marketing in Bocconi e Master in Nutrizione e Dietetica Applicata. Ha lavorato in primarie aziende italiane, dal 2000 si occupa di start up e dal 2005 è imprenditore. Autore di saggi di educazione alimentare.

Ennova S.r.l.

Co-founder e responsabile sviluppo IT di Enbelive. Ennova è stata fondata a Torino nel 2010, impiega più di 400 persone in tutto le sue quattro sedi in Italia. Nel mese di Aprile 2015 è stato premiata dal Presidente Mattarella con il «Leonardo Start Up Award», e nel Gennaio 2015 ha vinto il Premio «Bright Future Ideas Award» per gli «UK-Italy innovation Award» del governo britannico.

Doing Business In Austria

Doing Business In è la nuova rubrica di e-KONomy che nasce con l'obiettivo di focalizzarsi sulle possibilità/opportunità di business in Paesi che presentano un alto livello di attrattività. Dopo la Cina e la Norvegia, il terzo Paese individuato è l'Austria.

Doing business in non vuole essere la solita rubrica informativa sul business in un determinato Paese, ma ha l'obiettivo di indicare in modo operativo e pratico come poter sviluppare un rapporto di lungo periodo ed una presenza importante in un Paese conoscendolo dall'interno. Per questo motivo l'idea è che sui vari Paesi possano scrivere Istituzioni o Enti locali che raccontino usi, costumi, abitudini sociali e di business, nonché modalità di sviluppo dei rapporti economici, caratteristiche culturali che devono essere rispettate, ed altro ancora.

Si ringrazia ABA – Invest in Austria per il contributo alla stesura dell'articolo.

Austria, una grande opportunità per gli Investitori.

In un'ottica di lungo periodo, per investitori e imprese è importante che le «condizioni quadro» siano quelle giuste. Da

questo punto di vista l'Austria rappresenta un'ottima business location e proprio per questo anche nel 2015 e nel 2016 è stata scelta come luogo dove investire da parte di grandi imprese internazionali: Loacker ha investito 70 milioni di euro in un nuovo stabilimento produttivo all'avanguardia, Bifrangi ha investito ulteriori 25 milioni di euro, Bmw ha investito 100 milioni di euro nel proprio centro di competenze sui motori diesel in Austria, la casa farmaceutica svizzera Novartis ha lanciato una nuova produzione di prodotti biofarmaceutici per un investimento di 150 milioni di euro, mentre Infineon, produttore di chip tedesco, ha perseguito la propria politica di espansione, creando 200 nuovi posti di lavoro nell'area ricerca e sviluppo presso il proprio stabilimento di Villach. In Austria è infatti possibile trovare un pacchetto all-inclusive di vantaggi per gli investitori. Esaminiamone alcuni.

Stabilità politica, pianificabilità e sicurezza degli approvvigionamenti energetici sono i fattori d'eccellenza della business location Austria.

Le imprese internazionali possono contare su una stabilità politica estremamente elevata.

Il patto sociale tra datori di lavoro e lavoratori assicura all'Austria solo 2 giorni di sciopero ogni 1.000 lavoratori, un ridotto tasso di disoccupazione e una politica salariale misurata.

Il rischio di catastrofi naturali, insieme al cambiamento climatico, sta diventando un elemento preso sempre più in considerazione nella scelta dei luoghi d'insediamento dalle grandi aziende, e l'Austria interpreta al meglio tali necessità, grazie ad un basso rischio di catastrofi naturali e ad un'elevata sicurezza degli approvvigionamenti energetici, con una disponibilità di energia elettrica pari al 99,99%.

La certezza del diritto e il basso tasso di criminalità presenti nel paese austriaco sono ulteriori elementi attrattivi dal punto di vista delle imprese.

“ **In Austria è possibile trovare un pacchetto all-inclusive per gli investitori** ”

Un fattore di successo per l'Austria è la sua forza lavoro: altamente qualificata e motivata.

Nella convinzione che il sistema d'istruzione e il successo economico di un paese siano direttamente correlati, l'Austria offre ai giovani un sistema d'istruzione duale, basato sulla combinazione tra

Doing Business In Austria

insegnamento e scuola professionale. A livello Universitario sono attivi circa 550 corsi di studio professionali, particolarmente orientati alle esigenze delle imprese, al fine di mantenere una condizione di equilibrio tra formazione e domanda di forza lavoro.

«In Austria le persone sono qualificate al meglio e fortemente motivate: un fattore fondamentale per il successo dell'economia. La business location trae vantaggio da un'infrastruttura efficiente, dalla stabilità e dall'elevata qualità della vita», spiega Gerhard Wölfel, Amministratore di BMW Steyr.

Punto di appoggio nell'UE per le aziende dell'Europa dell'Est e quartier generale dell'Europa orientale per le imprese occidentali.

L'Austria è la location numero uno in tema di rapporti commerciali con l'Europa orientale e sud-orientale.

Il know-how accumulato dalle imprese di servizi austriache, dagli istituti di credito e dagli studi legali in materia di Europa dell'est, unito alla sensibilità culturale e alla diffusa conoscenza delle lingue dell'Est Europa maturata nel corso dei secoli dal popolo austriaco, sono elementi determinanti per fare dell'Austria il giusto punto d'incontro tra Est e Ovest europeo.

L'Austria destina il 40% dei propri investimenti diretti nell'Europa dell'Est, attestandosi tra i maggiori investitori nei paesi dell'Europa centro-orientale, numero uno in Slovenia, Bosnia e Croazia. Lo stretto rapporto creatosi tra Austria e Europa dell'Est è il motivo per cui il paese è scelto come punto di appoggio anche da alcune importanti imprese dei paesi dell'Europa centro-orientale. Al 2015 il numero

di nuove costituzioni societarie sul territorio austriaco da parte di imprese dell'Europa dell'Est si attestato a 3.501, rispetto alle 567 del 2003.

Tutta l'Europa a 3 ore di volo



Con l'obiettivo di trattenere le risorse umane provenienti dai paesi dell'Europa dell'Est e formate attraverso il sistema d'istruzione austriaco, dal 2011 è disponibile la card «Rot-Weiß-Rot», per personale altamente qualificato, che consente alle imprese di impiegare tale forza lavoro senza necessità di ulteriori permessi.

«L'Austria è l'investitore leader in numerosi Paesi dell'Europa dell'Est. Dal canto loro, molti clienti e partner commerciali importanti hanno costituito i loro quartier generali CEE in Austria o perlomeno investono fortemente nella nostra area», spiega Lukas Herrmanns – CEO Marsh Austria/CEE Chairman Marsh&McLennan Companies Austria – *«Perseguendo obiettivi di crescita simili e ambiziosi, ciò dà vita a sinergie di cui alla fine beneficiano tutte le parti coinvolte. Un ulteriore punto a favore è dato dai numerosi lavoratori altamente qualificati, esperti dell'Europa dell'Est o plurilingue, presenti sul territorio*

Doing Business In Austria

austriaco. Infine, non da ultimo, Vienna è una metropoli molto affascinante, caratterizzata da un orientamento internazionale che offre a molti giovani talenti, provenienti da tutta Europa, un'eccellente opportunità di aggiornarsi professionalmente».



Lucas Hermanns
CEO Marsh Austria/CEE Chairman
Marsh&McLennan



Dorothee Ritz
General Manager di Microsoft Österreich

Un tessuto di piccole e medie imprese innovative, leader di mercato a livello globale.

L'Austria vanta un elevato numero di imprese di nicchia che competono e occupano posizione di leader del mercato a livello mondiale. Il «World competitiveness Yearbook» ha classificato al 4° posto l'Austria nella classifica delle PMI più efficienti a livello mondiale. Inoltre l'indice di globalizzazione KOF 2015 pubblicato dal prestigioso Politecnico Federale (ETH) di Zurigo, che misura la dimensione economica, sociale e politica della globalizzazione di 191 paesi, classifica l'Austria al 4° posto.

Dorothee Ritz, General Manager di Microsoft Österreich, afferma che *«l'Austria è un paese sano dall'incredibile potenziale economico e una base solida formata da PMI, eccellenti aziende industriali, gruppi mondiali e numerosi hidden champion dediti all'innovazione. Si percepisce inoltre che il paese è pronto per la trasformazione digitale. Per tale motivo*

l'Austria desta particolare interesse in Microsoft, in quanto offriamo soluzioni e prodotti adeguati ai cambiamenti che ci attendono».

Desta stupore la piccola Austria con i suoi numerosi attori di nicchia in tutti i settori, come ENGEL, Rosenbauer o Doppelmayr, che realizzano prodotti di punta e sono leader a livello mondiale. Alpla, il gigante del packaging, pratica ricerca sulle bioplastiche e nel 2015 ha dato vita a tre nuovi stabilimenti in Arabia Saudita, India e Messico. Altre aziende come Red Bull, Swarovski o Manner sono partite dall'Austria e hanno conquistato oggi fama mondiale e i mercati internazionali.

Una fiscalità vicina alle imprese che incentiva la ricerca e la formazione.

Le società di capitali pagano il 25% d'imposta sul reddito d'impresa e null'altro, nessuna imposta patrimoniale o imposta sulle attività produttive. A livello di gruppo, i profitti e le perdite vengono raggruppati nella capogruppo e assoggettati a tassazione con un'unica aliquota.

Vi è la possibilità di costituire una fondazione privata che offre vantaggi fiscali e un'ampia libertà di gestione.

E per incentivare gli investimenti in R&S, l'Austria abbassa il rischio d'investimento, innalzando il premio per la ricerca al 12% attraverso la riforma fiscale del 2016, sia per le spese di R&S interne all'azienda che per le ricerca a contratto, liquidando in contanti.

Da marzo 2014 per la costituzione di una società a responsabilità limitata (GmbH) è richiesto un capitale iniziale minimo di 35.000 euro, di cui metà da versare

Doing Business In Austria

in contanti. La novità è l'introduzione di privilegi di costituzione per la fase iniziale dell'attività imprenditoriale (massimo 10 anni). Il regolamento su tali privilegi deve essere contenuto nell'atto originale di costituzione. I privilegi prevedono che tali società a responsabilità limitata possono essere costituite con un apporto iniziale di soli Euro 10.000, di cui soltanto Euro 5.000 sono da versare in contanti.

L'Austria è uno dei primi paesi in termini di produttività sul lavoro.

Gli ottimi risultati in termini di produttività sono frutto di più fattori, non solo una politica economica che crea buone condizioni quadro, ma anche una forza lavoro altamente motivata e con una formazione ai massimi livelli sul piano internazionale.

Tale incremento di produttività, compensa a pieno l'aumento dei costi salariali del +3,0% nel periodo 2007-2013, che si attesta comunque al di sotto della media UE del +3,5% dello stesso periodo.

L'Austria inoltre, garantisce alle proprie imprese una burocrazia moderna, trasparente e affidabile. È tra i primi paesi nell'Open Government Data e nelle applicazioni mobile, ricoprendo una posizione di spicco nell'e-government secondo l'eGovernment Monitor 2014.

La qualità della vita in Austria è ai vertici a livello mondiale.

Con la propria natura incontaminata, prati e pascoli verdi, acque chiare e trasparenti, una buona qualità dell'aria, una ampia varietà di offerta culturale, l'Austria soddisfa le esigenze di persone altamente

qualificate. La sua capitale, Vienna, risulta la città con la più alta qualità della vita al mondo secondo il recente studio "Quality of Living Survey 2016" del Mercer Consulting Group.



ABA Invest in Austria

ABA – Invest in Austria è il punto di riferimento in Austria per le aziende straniere interessate a stabilirsi in questo paese. Si tratta di un ente governativo facente capo al Ministero Federale dell'Economia ed ha il compito di fornire ai potenziali investitori consulenza ed informazioni a titolo gratuito sulle possibilità di costituire insediamenti aziendali, sia industriali che commerciali, sul territorio austriaco, in particolare su problematiche in ordine a:

- normative per la costituzione di società
- normative legali e fiscali
- normativa e costi del lavoro
- scelta dell'ubicazione e ricerca di immobili
- modalità per ottenere finanziamenti e contributi pubblici
- ricerca di partecipazioni e joint venture

L'attuale rapporto «Global Investment Promotion Benchmarking» realizzato dal gruppo World Bank premia ABA – Invest in Austria come una delle migliori tra le 189 agenzie per la promozione degli investimenti esteri.



Dott.ssa Marion Biber

Direttore Italia



Dott.ssa Gerlinde Gahleitner

Direttore Italia



Maurizio Bossi-Fedrigotti

International Advisor

News dalle imprese

ETT emette minibond da 2 mln. Lo sottoscrive il fondo di Finint

ETT S.p.A. – ETT S.p.a., società genovese specializzata in information technology e new media, ha emesso un minibond da 2 milioni di euro a 5 anni a cadenza semestrale, che sarà interamente sottoscritto dal Fondo Strategico trentino Alto Adige gestito da Finint Investments sgr.

Il bond servirà per l'apertura di una nuova sede operativa di ETT in Trentino dove verrà ospitato un centro di ricerca con un team di sviluppo trasversale dedicato alla sperimentazione di nuove soluzioni e tecnologie distinte dai progetti e dalle commesse già in essere. Oltre all'attività di ricerca e sviluppo, il bond servirà per sostenere il potenziamento della struttura commerciale e di marketing, in particolare verso i clienti privati e internazionali, e per lo sviluppo dell'attività di revenue sharing.

Advisor finanziario di ETT è stato **KON Group**, mentre il supporto legale è stato fornito dallo Studio Legale RCC.

ETT è entrata a far parte del programma Elite di Borsa Italiana all'inizio di novembre e ha chiuso il 2015 con 12,8 milioni di ricavi, 948 mila euro di ebitda, un utile netto di 313 mila euro e un debito finanziario netto di 6,2 milioni



Fonte: BeBeez, il 21 Novembre 2016.

El.En S.p.A. crescita del fatturato consolidato

El.En S.p.A. – Fatturato consolidato di 180 milioni di euro con un aumento del 15% rispetto all'anno scorso. E' questo il risultato di El.En S.p.a. l'azienda leader nel mercato dei laser quotata al Segmento STAR di Borsa Italiana. Il Consiglio di Amministrazione ha approvato i risultati al 30 settembre 2016 che registrano un fatturato consolidato pari a 180,0 milioni di euro con un aumento del 15,1% rispetto ai 156,0 milioni di euro dell'analogo periodo del 2015 ed un risultato operativo pari a 19,8 milioni di euro, in aumento del 22% circa rispetto al 2015. Nel trimestre i ricavi si attestano a 59,4 milioni di euro, anche questi in aumento rispetto ai 49,1 milioni di euro del periodo a confronto registrando una variazione del 21%.

La costante crescita del fatturato registrata negli ultimi due anni, conseguita senza modificare sensibilmente la struttura dei costi fissi, ha permesso al risultato operativo di superare la soglia del 10% sul fatturato, considerata per anni un benchmark per l'attività del gruppo. La gestione non operativa ha contribuito agli ottimi risultati reddituali grazie alla plusvalenza generata dalla cessione dell'ultimo pacchetto di azioni Cynosure Inc. detenute dalla capogruppo El.En. S.p.A., che ha incassato 45 milioni di dollari americani nell'operazione effettuata ad Aprile, conseguendo una plusvalenza pari a circa 23 milioni di euro a livello consolidato.

"Siamo molto soddisfatti dei risultati conseguiti che confermano la validità della strategia di espansione del Gruppo – ha detto Gabriele Clementi, Presidente di El.En. S.p.a. - Perseguiamo la crescita concentrandosi sullo sviluppo di specifiche applicazioni di nicchia, nell'ambito dei due macro-mercati di riferimento per le nostre tecnologie: i sistemi laser per applicazioni medicali e quello delle sorgenti e dei sistemi per le applicazioni industriali per l'attività manifatturiera. Il Gruppo continua ad investire con continuità in attività di ricerca e sviluppo perseguendo l'eccellenza grazie alle innovazioni applicative e di prodotto".

Fonte: Piana notizie, il 12 Novembre 2016.

SanDisk sigla un accordo di distribuzione con AccessoryLine S.r.l.

AccessoryLine S.r.l. – SanDisk, un brand di Western Digital® Corporation (NASDAQ: WDC), che fornisce prodotti di storage flash affidabili e innovativi che hanno trasformato l'industria elettronica e ACCESSORY Line S.r.l., azienda con sede operativa a Quinto di Treviso (TV) specializzata nella commercializzazione di accessori e periferiche per il mercato Apple, annunciano la sigla di un accordo per la distribuzione dei prodotti SanDisk nell'area EMEA e in India.

AccessoryLine commercializzerà sui canali Apple Premium Reseller (APR) e Apple Authorized Reseller (AAR) i prodotti SanDisk, che si contraddistinguono per qualità e prestazioni, ideali per rispondere alla crescente necessità di storage degli utenti del mercato di riferimento.

"L'accordo di distribuzione siglato con SanDisk dimostra quanto sia forte per noi l'interesse ad estendere la nostra gamma di soluzioni di riferimento nel settore mobile. La partnership con SanDisk testimonia, inoltre, la nostra capacità di scegliere i migliori vendor presenti sul mercato per offrire ai dealer dispositivi affidabili, innovativi e progettati per gli utenti Apple", ha concluso Guido Borso – Founder & CEO di AccessoryLine S.r.l.

ACCESSORYLINE

Fonte: Xtremehardware.com, il 22 Novembre 2016.