

e-KONomy

RACCONTARE L'IMPRESA PER CRESCERE



Newsletter di informazione in distribuzione gratuita. Anno.vi. Gennaio 2020



SOCIETA' DANTE ALIGHIERI, Cultura, lingua e imprese italiane

[Pagina 2](#)

TechVoices

Come ottimizzare il Budget IT dedicato alla manutenzione e alla gestione stampanti

[Pagina 10](#)

Destination USA

Anteprima: Design your life Italian Style

[Pagina 15](#)

move.ON

Scaffolder, piattaforma flessibile per sviluppatori di software

[Pagina 5](#)

Doing Business In Romania

Intervista a Giacomo Billi, Founder & CEO di Alive Capital

[Pagina 18](#)



SOCIETÀ DANTE ALIGHIERI

Cultura, lingua e imprese italiane insieme

Mai
come in questi

ultimi anni si è constatata una crescita nel mondo di domande di studio di italiano, di Italia, di italianità, come anche si sono visti i limiti di una risposta Paese alla globalizzazione caratterizzata dall'introversione.

Padoa Schioppa già nel 2007 scriveva “poca fiducia, poca voglia di eccellere, paura di cambiare, rifiuto del rischio”. Oggi molte sfide attendono il Paese, ma è ancora possibile vincerle sugli orizzonti fluidi e permeabili del mondo globale, partendo dalla reputazione, che dipende anche dalla sua capacità di raccontarsi e di influire, dal suo soft power. Negli ultimi anni l'Italia non ha investito abbastanza in questo delicato settore, non ha grandi contenitori fondati sulla tradizione, come la Francofonia, il Commonwealth delle nazioni, la Lusofonia, l'Hispanidad, e non ha sostenuto in maniera forte la sua cultura. La Germania ogni anno finanzia il Goethe Institut con 246 Mio EUR, il Regno Unito con 215 Mio EUR il British Council, la Spagna con 62 Mio EUR il Cervantes e il Portogallo con 6,2 Mio EUR l'Instituto Camões. Le diplomazie

Diplomazie europee e gli Istituti linguistico-culturali incoraggiano, inoltre, lo sviluppo delle proprie reti in sinergia con le organizzazioni e le imprese in due modi, con il modello associazionistico spagnolo del Círculo de Amigos o con quello UK fondato sulle relazioni di partnership. Invece, in Italia, nel 2017, dopo un decennio difficile, il contributo pubblico ordinario destinato alla Dante è passato fortunatamente da 0,6 Mio EUR l'anno a 3,2 Mio EUR.

Nel 2019 Palazzo Firenze, hub della rete, ha generato entrate per 7,8 Mio EUR e i suoi Comitati nel mondo oltre 20 Mio EUR derivanti in larga parte da corsi di lingua e certificazioni. La Società Dante Alighieri, con le poche risorse assegnate dal Governo, è stata in grado di dare origine, in un arco di tempo molto breve, a un effetto moltiplicatore generatore di forti esternalità positive per tutto il Sistema Paese all'estero. 130 anni di storia. La Società Dante Alighieri, fondata nel 1889 da un gruppo di intellettuali guidati da Giosue Carducci ed eretta in Ente Morale con R. Decreto del 18 luglio 1893, n. 347, ha lo scopo di “tutelare e diffondere la lingua e la

cultura italiane nel mondo, ravvivando i legami spirituali dei connazionali all'estero con la madre patria e alimentando tra gli stranieri l'amore e il culto per la civiltà italiana".

Le attività principali della Dante sono l'insegnamento di italiano LS/L2, la certificazione (PLIDA) della lingua italiana, la diffusione delle metodologie e degli strumenti per la glottodidattica, la promozione della cultura, dell'editoria e della produzione audiovisiva, l'organizzazione di grandi eventi e mostre. Aderiscono oltre 132 mila soci, in maggioranza stranieri, appassionati di Italia e di tutte le sue espressioni (arte, cucina, moda, design, stile di vita). 401 comitati nel mondo e 87 in Italia, dal 2006 la Dante ha insegnato l'italiano a oltre 800 mila persone, nel 2017 ha superato i 100.000 certificati PLIDA di competenza della lingua italiana. Oltre 60.000 studenti hanno frequentato le scuole di italiano a Roma, Milano, Firenze, Bologna, Torino e decine nel mondo. La Dante, tra i soggetti promotori del piano di potenziamento della promozione di lingua e cultura italiane 2016-2019 promosso dal Governo, ha individuato alcune aree strategiche su cui sta investendo energie (Argentina, Mediterraneo, Russia, Area Adriatico-Balcanica, Medio Oriente) e ha avviato un processo di qualificazione dell'intera rete presente in 80 Paesi. Circa tre settimane fa si è

tenuta a Palazzo Firenze una tavola rotonda a cui hanno partecipato alcuni top manager delle imprese italiane più importanti, come Eni, Enel, Prada, Kon, Altran, Atlantia, EY, Ubi Banca, Todini, Fondazione Olivetti, Agriconsulting, Zambon e Chiesi. E' stata l'occasione per il presidente della Società Dante Dante Alighieri Andrea Riccardi di rimarcare la funzione essenziale delle imprese per la società, che non hanno ceduto alla retorica del declino, alla paura del mondo globale, e che si sono aperte sempre più attraverso la loro internazionalizzazione.

Alessandro Masi – Segretario Generale Dante Alighieri



Il Segretario Generale Alessandro Masi ha parlato di un tempo nuovo per la Dante, ha proposto alcune modalità di collaborazione e quattro progetti (scuole italiane all'estero, scuole di lingua, borse di studio, dottorati), in partnership o CSR, ricordando la potenza culturale che può esprimere in termini di promozione una rete così vasta, e ha invitato i presenti a connettere le proprie esperienze positive con quelle della

Dante, la cui missione è quella di promuovere la cultura e diffondere la lingua, la conoscenza, il saper fare e lo stile di vita degli italiani all'estero.

La collaborazione della Dante con il sistema delle imprese può dar vita a sinergie di reciproco vantaggio sul terreno dell'eccellenza italiana.

Il Forum economico "Cult & Tech", organizzato a Buenos Aires nei giorni dell'83° Congresso Internazionale a luglio, è stato un successo e una prima dimostrazione. Oltre 900 delegati, tra soci, studenti, imprenditori e docenti, hanno partecipato a un grande evento che ha accolto oltre 80 giornalisti, i saluti dei Presidenti della Repubblica, ha ricevuto la visita della vicepresidente della Repubblica Argentina, di Ministri, della comunità scientifica, accademica e imprenditoriale del Paese ospite. L'idea è nata da una round-table partecipata dal presidente del Consiglio italiano, da alcuni ministri e top manager organizzata qualche tempo fa a Palazzo Firenze. Molte idee verranno, tanti piani nasceranno, anche sulle fondamenta di progetti pienamente riusciti e in pieno slancio, come la Scuola Italiana di Tirana, aperta solo un anno fa, con cinque classi elementari, una parashkollar e molti corsi di lingua destinati agli adulti, in cui si potranno inserire laboratori di formazione.

Le aziende della moda, per esempio, potranno in questa sede trasferire

conoscenza, formare, proporre il saper fare italiano e educare alla sostenibilità. Si stanno aprendo molte opportunità, a Doha e a Mosca nasceranno nuove scuole della Dante.

L'Italia sopravvivrà come grande/medio soggetto alle sfide di domani proprio se si afferma come mondo fuori dall'Italia, se si estroverte, se esce da sé. Il Made in Italy, o made by italians, si rafforza se alleato alla cultura che lo precede, lo impasta e lo sostiene. Il nuovo mandato del presidente Andrea Riccardi apre a un mondo in italiano che mai, prima d'ora, aveva conosciuto un modello di sviluppo così imponente.

Andrea Riccardi - Presidente Dante Alighieri



Per maggiori informazioni:

Andrea Lemma

Unità di Missione,

Società Dante Alighieri

[https:// www.ladante.it](https://www.ladante.it)

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.

Skaffolder, piattaforma flessibile per sviluppatori di software

Skaffolder

Skaffolder vuole rivoluzionare il processo di realizzazione di applicazioni web e mobile. Ottimizzando i tempi di produzione e salvando fino al 40% di tempi e costi di produzione. Skaffolder è un SaaS per sviluppatori web ed aziende, permette di creare parte del codice sorgente che gli sviluppatori dovrebbero scrivere a mano in maniera automatica, partendo dalla definizione della documentazione tecnica in maniera visuale, genera un'applicazione funzionante in molti linguaggi di programmazione, al momento supporta il 60% dei linguaggi più comuni nel mercato. Skaffolder è un tool fatto da sviluppatori

per sviluppatori, al contrario di altri generatori di codice è molto flessibile e genera codice facile da capire e personalizzare. Il team di Skaffolder sa che gli sviluppatori vogliono mantenere il controllo sul loro codice ed è per questo che non vogliono generatori di codice che generano codice superfluo. La vision di Skaffolder è di supportare gli sviluppatori, senza sostituirli. Nella storia passata i linguaggi di programmazione si sono evoluti diventando sempre più astratti e vicini al linguaggio umano. Skaffolder segue questo trend astraendo il codice in un'interfaccia grafica a misura di uomo e facilmente condivisibile con il team di sviluppo. Le aziende sono sempre più orientate all'automazione e chi non è in

move.ON

grado di automatizzare il proprio processo produttivo resta indietro rispetto alla concorrenza. Skaffolder è il tool per automatizzare il processo di realizzazione di applicazioni web e portali enterprise.

Come nasce skaffolder?

Il CEO, Luca Carducci, ha oltre 13 anni di esperienza nel settore e 7 di questi in ambito enterprise. In diversi progetti ha sentito il bisogno di automatizzare quella che lui chiama la “parte noiosa del codice”, quella parte ripetitiva, che richiede tempo ed attenzione, perché imposta le basi di tutto il progetto e non può contenere errori che diventeranno costosi da aggiustare in una fase successiva per processo. Da questo problema, nasce la soluzione. Skaffolder nasce a Gennaio 2018 nell’acceleratore di startup romano LuissEnlabs. Uno degli ambienti più produttivi nel mondo delle startup Italiane, appoggiato dal fondo LventureGroup. Il



team sviluppa la prima traction sul mercato, arrivando a partecipare in un bando pubblico con Accenture ed Ernst & Young. La user base aumenta ed il team migliora costantemente la comunicazione ed il prodotto in base ai feedback degli utenti. A Gennaio 2019 la startup apre gli uffici ad Austin, Texas supportata da International Accelerator, un acceleratore Americano verticale su imprenditori non americani che vogliono espandere il loro business in US.

Quale è il valore fornito da Skaffolder?

Durante lo sviluppo di un'applicazione web

move.ON

molto del codice prodotto dagli sviluppatori è stato in realtà già scritto in progetti simili, ma non si tende a riutilizzare lo stesso codice in maniera automatica per diversi fattori organizzativi.

Spesso infatti ci sta turn-over nell'azienda e nuovi programmatori preferiscono impostare di nuovo le basi da zero, oppure il codice attuale è diventato ormai troppo complesso per essere riutilizzato e niente era stato salvato per il riuso precedentemente. In questo modo circa il 30% del tempo viene speso nel creare codice già scritto ed altro tempo viene perso nel mantenere codice scritto da persone diverse, con diversi standard. Skaffolder permette di impostare uno standard aziendale che può essere riutilizzato nel tempo, diventando un'asset aziendale che salva tempo e costi nel breve e lungo termine. Si evita di ripetere effort già eseguiti e si mantiene uno standard trasversale a diversi progetti

che riduce anche i tempi e costi di manutenzione. Nel caso uno sviluppatore senior dell'azienda, trovi un'altra occupazione altrove, esso porta con sé il knowledge accumulato sul progetto, che deve essere quindi trasmesso a chi prenderà il suo posto, richiedendo tempo ed in alcuni casi, ritardando il progetto.

Con Skaffolder il knowledge del talento viene automatizzato grazie alla piattaforma, che consente di riutilizzare gli stessi standard, diventati ormai knowledge dell'azienda e non della singola persona.



Chi beneficia maggiormente da Skaffolder?

Il target che più trae benefici da Skaffolder è composto da web agencies, system

move.ON

integrators e freelancer developers.

Queste figure professionali, quando eseguono circa o più di 10 progetti l'anno, possono trarre un vantaggio competitivo dall'automazione portata da Skaffolder.

Ottimizzando il loro processo produttivo e potendo servire più clienti con lo stesso tempo o con meno risorse utilizzate.

Skaffolder fornisce un account freemium con diversi tier per freelancer developers o piccole medie imprese, in una soluzione SaaS. Per grandi realtà ed enterprise Skaffolder mette a disposizione una versione on-premise con training a supporto dedicato e la possibilità di richiedere features personalizzate, in base alla necessità della singola azienda.

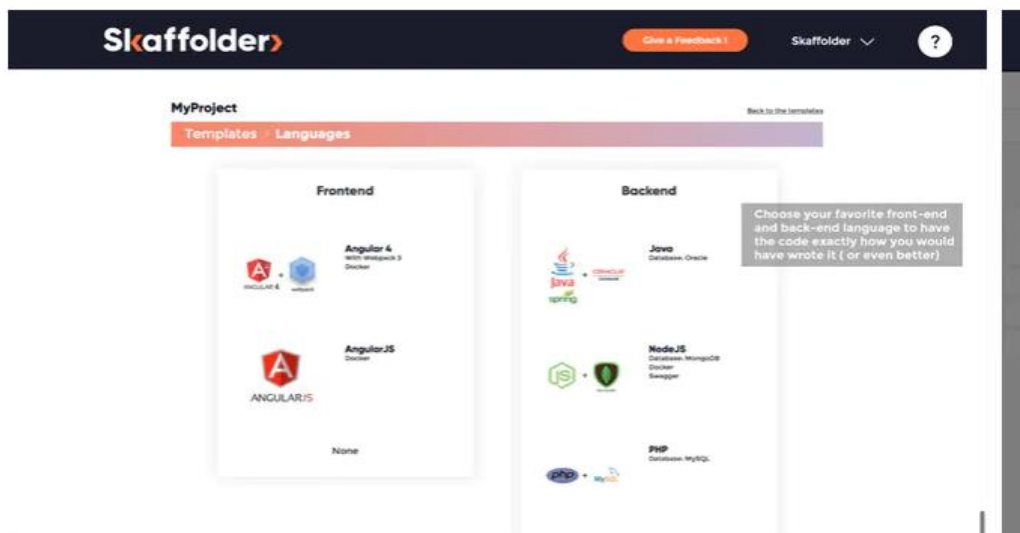
Quali saranno le sfide future?

Skaffolder sta rilasciando una componente del prodotto in Open Source. Nello specifico il tool di command-line ed un plugin per VSCode saranno presto

disponibili nella comunità Open Source.

Questo permetterà di avvicinare un grande bacino di utenti ed aumentare l'engagement della comunità di sviluppatori. Il modello di business resta subscription based con un modello freemium, in modo da permettere il passaparola tra gli sviluppatori e vendere alle aziende dove questi lavorano. Avere uno sviluppatore che suggerisce al manager di comprare un tool è un approccio molto più facile e scalabile della vendita diretta. Per raggiungere questo obiettivo Skaffolder non si fa aiutare dal mondo Open Source, eventi per programmatori come la NGRome Conference, la più grande conferenza per sviluppatori Angular Italiana, con un pubblico proveniente da tutto il mondo ed ospiti di grande rilievo. Skaffolder è anche in contatto con scuole di programmatori in US, con le quali vuole istruire i programmatori del futuro con

move.ON



Skaffolder ed organizzare hackathon per coinvolgere sviluppatori di tutte le età. Skaffolder è già online sui marketplace di Docker Hub, AWS, Google Cloud e Digital Ocean. Con queste entità sta stringendo legami sempre più stretti con l'obiettivo di creare partnership strategiche ed opportunità future.

Siete in raccolta fondi?

Skaffolder ha aperto un round per finanziare le attività future e far crescere ulteriormente il business. Il round da \$1,5M servirà a finanziare le

attività di marketing ed ampliare il team. Il team ha provato esperimenti marketing e modelli pronti per essere scalati, permettendo a Skaffolder di incrementare ulteriormente le metriche attuali ed imporsi con leader nel settore.

Per maggiori informazioni:

Luca Carducci:
CEO & Founder

E-mail:
luca.carducci@skaffolder.com
Sito web:
<https://www.skaffolder.com>



TECH VOICES

TechVoices è la nuova rubrica di e-KONomy sviluppata anche in collaborazione con TT Tecnosistemi, società con sede a Prato e attiva nel settore ICT italiano dal 1984, opera con aziende di più svariati settori, in qualità di fornitore di soluzioni software, ERP, di assistenza sistemistica, facility management, strategic outsourcing, fornitura di server, storage e soluzioni hardware di primari vendor internazionali. Nel percorso verso il successo delle aziende, innovazione, digitalizzazione, realtà aumentata e, in generale, soluzioni IT tailor-made la fanno da padrone. Si ringrazia TT Tecnosistemi per il contributo alla stesura dell'articolo.

Come ottimizzare il Budget IT dedicato alla manutenzione e alla gestione stampanti

In questo numero si affronta il tema del Budget IT legato ai costi di gestione di stampa, e quali siano, invece, i vantaggi legati ai Managed Print Services.

Stampare costa. Non soltanto per le spese legate ai consumabili e al Total cost of ownership dei dispositivi, ma anche per le ore perse dal personale IT nel risolvere le problematiche legate ai processi di printing e alla manutenzione del parco macchine.

Secondo recenti statistiche pubblicate da IDC, le aziende dedicano alla gestione documentale una cifra pari al 5-15% dell'intero fatturato annuale. Il 23% delle richieste di assistenza che arrivano all'help desk riguarda i processi di stampa e i Sistemi Informativi impiegano circa il 15% del tempo su questioni legate al printing.

Si tratta di un quadro a tinte fosche che tuttavia non stupisce: le stampanti necessitano di manutenzione costante (anche solo per il riordino dei toner e della carta) e le attività di printing sono soggette facilmente a sprechi, a volte per una mancanza di consapevolezza da parte degli utenti e l'assenza di una sensibilità diffusa verso la riduzione dei consumi e la tutela ambientale. Un esempio tipico sono le pile di fogli stampati abbandonate nei cassette delle stampanti, che oltre a rappresentare un pericolo per la sicurezza delle informazioni aziendali, sono un chiaro indice della noncuranza verso i costi di stampa. Il fenomeno dello Shadow IT (ovvero le iniziative di acquisto e utilizzo di soluzioni informatiche all'insaputa del dipartimento IT) è un'altra fonte di spreco. Le aziende faticano a mappare

i dispositivi presenti nel contesto aziendale, dove proliferano stampanti economiche installate autonomamente dai dipendenti. Inoltre, i consumabili vengono spesso ordinati dagli utenti aziendali e senza criterio per prevenire la fine delle scorte.

Di fatto, la gestione dei costi di stampa rimane completamente fuori controllo con esiti gravosi sui budget IT: secondo Buyer's Laboratory, il 90% delle imprese non è in grado di tracciare correttamente le spese legate ai processi di printing e al parco aziendale delle stampanti. I Managed Print Services, delegando a un fornitore esterno la gestione dell'ambiente e dei processi di stampa, con un'assistenza non solo operativa ma anche consulenziale, costituiscono una valida soluzione per uscire dall'impasse.

Secondo recenti statistiche, affidarsi a un provider per il management delle attività legate alla stampa (installazione, manutenzione, approvvigionamento dei consumabili e così via), può portare a un risparmio concreto del 30% sui costi operativi, liberando una buona fetta del budget IT e del team informatico.

Non sottovalutare la sicurezza delle stampanti

Se gli Mps offrono una garanzia di maggiore efficienza e risparmio per il workflow documentale, assicurano inoltre un ulteriore livello di protezione rispetto al patrimonio informativo aziendale. Infatti, un aspetto fondamentale che non deve essere trascurato quando si parla di gestione dell'ambiente di stampa è la sicurezza dei dispositivi.

Anche le stampanti possono essere attaccate dai virus e diventare un vettore di malware, mettendo a repentaglio l'incolumità delle reti IT e dei dati.

L'ambiente di stampa insomma può rappresentare una vulnerabilità per la sicurezza IT, a causa di una serie di fattori critici: mancanza di soluzioni per la crittografia dei dati e il rilevamento delle minacce, assenza di precauzioni per la manomissione di documenti riservati e l'abbandono di fogli stampati, errata configurazione dei dispositivi e aggiornamento dei firmware discontinuo, nessun meccanismo di autorizzazione per l'utilizzo delle stampanti. Il fornitore di Managed Print Provider si occupa di risolvere ciascuna di queste criticità, ad esempio preferendo stampanti - come i dispositivi Hp - che integrano funzionalità di sicurezza a bordo:

software anti-malware e per il monitoraggio delle reti, applicazioni per il controllo delle identità e degli accessi, soluzioni di crittografia dei dati eccetera.

Il fornitore di Mps procede inoltre all'elaborazione di una strategia per la gestione dell'ambiente di stampa che non solo prevede l'ottimizzazione dei processi operativi, ma anche l'implementazione di best-practice per la sicurezza (ad esempio, un'ubicazione funzionale delle stampanti all'interno degli uffici previene il rischi di documenti dimenticati e abbandonati).

Come ottimizzare il budget IT dedicato alla manutenzione delle stampanti

Riassumendo, il ricorso agli Mps può aiutare effettivamente a massimizzare l'efficienza dei flussi di stampa sia sotto il profilo della sicurezza sia sul piano

effettivo dei costi liberando una parte consistente dei budget IT che può essere impiegato su progetti a maggiore valore.

Il principale vantaggio degli Mps deriva dalla formula pay-per-use: il canone a contratto, che comprende la fornitura di dispositivi hardware, soluzioni software, servizi di assistenza e consumabili, viene infatti calcolato in base ai reali consumi di stampa aziendali. Si evitano così inutili sprechi e il rischio di risorse sottoutilizzate o ambienti di stampa sovradimensionati.

Tutti i consumi e i workflow non ottimizzati (ad esempio, alcuni processi di stampa risultano particolarmente farraginosi e time-consuming) vengono razionalizzati in base alle best-practice. Le attività di

printing vengono costantemente monitorate da remoto per accelerare eventuali interventi manutentivi e garantire il riordino automatico dei consumabili, a tutto vantaggio della continuità operativa e sgravando il personale IT mansioni non core.

Il fornitore di Mps prende in carico anche tutta la gestione della sicurezza documentale, prevenendo il furto di dati e gli attacchi informatici. I servizi gestiti offrono un enorme risparmio in termini di budget IT (le iniziative di cybersecurity sono particolarmente dispendiose in termini di effort) e scongiurano i danni economici derivanti dagli incidenti informatici. Ai costi operativi di un intervento effettuato in emergenza, si aggiungono infatti anche le

TECH VOICES

conseguenze di una perdita in brand reputation a seguito della fuga di dati.

Perché rivolgersi ai Managed Print Services per ottimizzare l'IT

In conclusione, gli Mps rappresentano un'opportunità decisamente interessante per tagliare sui costi di gestione delle stampanti e ottimizzare l'impiego dei budget IT.

Esternalizzando la governance degli ambienti di stampa, il personale informatico aziendale può risparmiare tempo e risorse da impiegare su attività innovative a maggiore valore per il business, come lo sviluppo applicativo.

Il team IT si trova a dover dialogare con un unico interlocutore (il provider Mps appunto), nonostante l'eterogeneità del parco stampanti, solitamente multi-brand e frutto di strategie stratificate, costruite nel

tempo in base alle necessità aziendali contingenti.

Con gli Mps, i Sistemi Informativi si assicurano inoltre la consulenza e il know-how di esperti nel campo del printing, che possono suggerire le migliori strategie per la gestione delle stampanti e l'ottimizzazione dei budget IT.

Per maggiori informazioni

Gabriele Battini

Responsabile del Team Progetti in IT Tecnosistemi



E-mail: promo@tecnosistemi.com

Sito web: <https://it.tecnosistemi.com/soluzioni-per-le-aziende>

Destination USA

Destination USA è la nuova rubrica di e-KONomy sviluppata in collaborazione con Export USA, società di diritto statunitense basata a New York che aiuta le aziende italiane ed europee ad espandersi sul mercato americano, accompagnandole in tutte le fasi di questo percorso. La rubrica nasce con l'intento di raccontare quelle aziende che sono sbarcate con successo negli Stati Uniti e fornire consigli utili a quelle aziende che ci stanno pensando. Per questo motivo saranno raccontate le storie di imprenditori e delle loro aziende che sono andati con successo negli Stati Uniti. Si ringrazia Export USA per il contributo alla stesura dell'articolo.



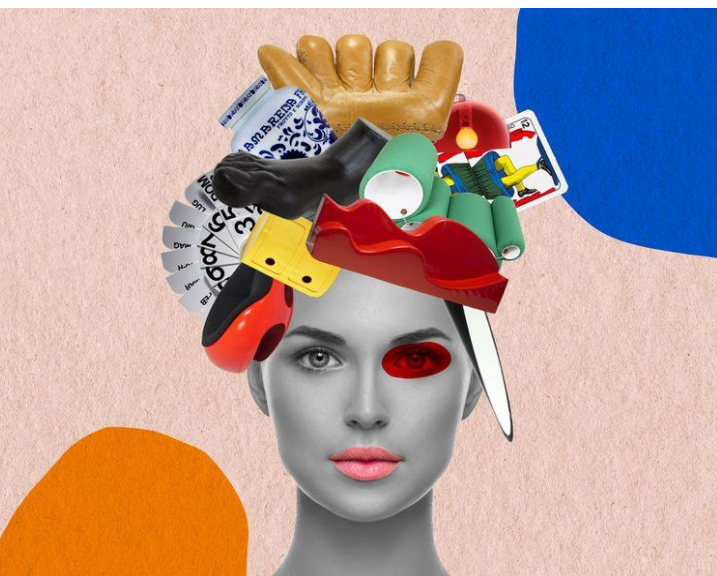
Anteprima: Design your life Italian Style, a cura di Astra Pagliai, Executive Assistant di ExportUSA,

Anteprima è il primo negozio pop-up di New York che lancia brand di moda italiani sul mercato americano attraverso esperienze di shopping altamente coinvolgenti. Nato da un'idea di ExportUSA, società di consulenza che aiuta imprenditori ed aziende ad entrare con successo sul mercato americano, Anteprima è diventato un progetto originale per far conoscere nuovi brand al pubblico statunitense. Giunto alla sua seconda edizione, il pop-up ha aperto ufficialmente le sue porte il 31 ottobre scorso, per chiuderle domenica 10 novembre. Anteprima (@antepriMAPopUp), ha voluto accompagnare i propri clienti in un micro-viaggio esperienziale attraverso la storia e la cultura industriali italiane, presentando otto brand di moda circondati da pezzi di arredamento iconici degli anni '60 e '70 del

Novecento, provenienti dall'archivio di un noto collezionista italiano. Il progetto ha voluto essere uno strumento di vendita e promozione B2C grazie al contatto diretto con il pubblico americano, ma anche orientato al B2B tramite l'invito e la partecipazione di showroom e agenti con l'obiettivo di espandere la distribuzione dei brand partecipanti sul territorio.

Durante i dieci giorni di apertura, si è creata un'esperienza dinamica mescolando diverse componenti dello stile di vita italiano, dalla moda al cibo, alle bevande e all'arte, al fine di rendere il pop-up attraente agli occhi dei visitatori, residenti e turisti e far loro scoprire aziende e marchi ancora nuovi negli Stati Uniti. Circondati da esperienze condivisibili, nicchie "Instagram-approved" e installazioni artistiche, i visitatori hanno avuto la

Destination USA



Chance di entrare in contatto con ogni area della cultura italiana.

Anteprima ha così portato a Soho, New York i tre pilastri dell'heritage italiano: fashion, food e design insieme in un'esperienza immersiva che ha unito il lifestyle italiano con collezioni moda A/I 2019/2020. I marchi di moda che hanno partecipato al progetto incorporano diversi stili, prodotti, segmenti e punti di prezzo, poiché si è voluto dare ai consumatori la possibilità di acquistare capi di abbigliamento Made in Italy adatti ad ogni occasione. Questi i brand partecipanti che hanno scelto il pop-up di New York come dinamica vetrina sul

mercato americano: Berna, Waxman Brothers, Opificio Modenese, Vanisé, Maxfort, Random, Teetopia e Mumanda.

Protagonisti del progetto non sono solo stati i brand di moda e l'arredamento unico, ma anche giovani artisti italiani che hanno arricchito l'esperienza esibendo le loro esuberanti opere.

Alfio Martire, all'anagrafe social @alfiomartireillustrator, è un illustratore romano molto conosciuto nel panorama artistico italiano per il suo stile personale e peculiare. Esclusivamente per Anteprima, Martire ha presentato 25 opere inedite, dedicate esclusivamente a scene di vita quotidiana nell'Italia del Novecento e alle icone cinematografiche e musicali di quel secolo. Andrea Zonzini (@perrycolante), illustratore e graphic designer romagnolo, ha invece voluto ricreare due carte dei nostri tarocchi storici piemontesi utilizzando texture ed oggetti tipici della quotidianità dello

Destination USA

scorso secolo attraverso la sua visione vivace ed innovativa.

Tra i partner italiani che hanno reso il progetto unico nel suo genere vi sono stati Amarena Fabbri, Poltronova, Contardi, Tassoni, Loppis, Coccoina, Zenith 548/E, Pastiglie Leone e Valdo Prosecco, insieme al catering di Piccola Cucina, Cremini's, Panzerotti, Polo Sud, e Casale. Il contesto suggestivo e stimolante della città di New York, dove arte e creatività sono presenti a ogni incrocio e i potenziali clienti attratti dalla cultura, dall'arte e soprattutto dall'italianità, ha fatto da sfondo a un progetto vincente e a un nuovo modo di affrontare il mercato statunitense. Durante tutti gli eventi esclusivi organizzati, i visitatori hanno potuto godere dell'atmosfera vintage Italiana in una location dove la bellezza e lo stile hanno fatto da portavoce senza tempo de La Dolce Vita, grazie al richiamo irresistibile della nostra italianness.

“Anteprima è un nuovo modo di esporre

e vendere i prodotti che sta diventando un'ottima alternativa alle fiere di settore, esponendo il brand a un bacino di potenziali consumatori e addetti del settore molto più ampio ed efficace di quello fieristico. Specialmente per il mercato americano, i comportamenti di consumo sono cambiati e sono in continuo mutamento, di conseguenza le aziende devono saper evolvere le loro strategie di vendita. L'obiettivo di ExportUSA è di far crescere questo progetto continuando a proporre alla città di New York il gusto, la qualità e la perfezione del vero Made in Italy.”, afferma Lucio Miranda, presidente di ExportUSA.

Per maggiori informazioni

Astra Pagliai
Executive Assistant



ExportUSA
Ufficio di New York
18 Bridge Street 2A
Brooklyn, NY 11201
tel: +1 718-5225575
info@exportusa.us

www.exportusa.us

Doing Business In Romania

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. Protagonista di questo numero la Romania.

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 Georgiana Ion, Senior Manager Deal Advisory Mazars Romania, per il contributo.

Energia rinnovabile in Romania



Se si pensa che solo 25 anni fa la Romania era un paese arretrato e da poco uscito dal giogo del comunismo, la Romania di oggi rappresenta un quadro sorprendente dove assistiamo all'arrivo di professionisti e laureati italiani in fuga dal Belpaese, come Giacomo Billi, sbarcato nel 2013 a Bucarest per aprire la sua impresa che oggi fattura più di 50 milioni di euro all'anno.

Le prospettive di crescita esistono e sono reali e possono essere molto importanti. La Romania è un paese che ha bisogno di tantissime infrastrutture. Nel settore "edilizia" potremmo vedere una crescita a tre cifre, però servono veramente cambiamenti radicali su scelte politiche. E non soltanto edilizia, ma anche servizi, asset management e rinnovabili.

Che il mercato rumeno avesse bisogno anche di questo l'ha capito Giacomo Billi, che gestisce investimenti nell'ambito del settore delle energie pulite.

L'importanza che il settore dell'energia ha acquisito negli ultimi anni - e che è pari al 20% del Pil rumeno - è testimoniato dal quarantenne toscano Giacomo Billi, titolare di Alive Capital di Bucarest.

Quando Billi arrivò qui, anche lui era condizionato dai pregiudizi nei confronti dei rumeni.

Intervista a Giacomo Billi, Founder and CEO di Alive Capital

• Perché la Romania?

«Decisi di venire in Romania perché avevo percepito un'opportunità unica

Doing Business In Romania



per investire, grazie ai grandi sussidi offerti a chi investiva nella costruzione di unità di produzione di energia rinnovabile.

Ai tempi lavoravo nel settore della finanza immobiliare, ero giovanissimo e ambizioso. Pensai che quella possibilità di investimento in Romania era la mia opportunità di dimostrare che un giovane può fare la differenza. E così è stato, la Romania mi ha offerto l'opportunità di poter applicare e sviluppare la mia idea business, Alive Capital.

Arrivai in Romania per la prima volta nel 2012 con un'idea molto differente del paese e del business rispetto a quello per cui, alla fine, decisi di

rimanere. Avevo lavorato fino a quel momento nella finanza immobiliare, ma avevo sentito parlare di grandi possibilità nel settore delle rinnovabili in Romania. Riuscii a trovare i fondi per investire nel paese, e così partii per la prima volta per Bucarest. Ci andai con in mente una speculazione mordi e fuggi e con un'idea del Paese come fosse parte del Terzo Mondo. Lasciai orologio e portafogli a casa per paura che me lo rubassero in taxi o in aeroporto: il proposito di quel viaggio, e di quelli che seguirono, era andare a Bucarest, lavorare come un pazzo per quattordici, quindici ore al giorno, fare il massimo nel minor tempo possibile, e tornare. La Romania era per me in

Doing Business In Romania

quel momento più che altro una sfida lavorativa, alimentata da un business che sembrava eccezionale: gli incentivi erano tali che ci saremmo ripagati l'investimento degli impianti solari in tre anni, e avremmo avuto dodici anni di guadagno completo. Non a caso quello dopo poco divenne il settore che ricevette più investimenti esteri dalla fine del comunismo. Ci mettevo tutto me stesso perché, insomma, era tutto così bello da non sembrare vero. E infatti, a un certo punto, è finito tutto.

Nessuno avrebbe mai pensato che in solo 2-3 anni venissero fatti 6 miliardi di investimento in questo settore, essendo stata così grande la massa di investimenti non era bilanciato lo schema incentivante in maniera degna e in corsa hanno dovuto cambiare retroattivamente quello che avevano promesso in termini di incentivi. Nel giugno 2013 il governo rumeno raddoppiò tasse ed oneri e cambiò

drasticamente e con effetto retroattivo il regime di sussidi. I nostri investimenti si sarebbero ripagati, forse, dopo tredici o quattordici anni: i nostri progetti d'oro a quel punto valevano carta straccia. Decisi di ridare le mie quote per ripagare i miei investitori in parte delle perdite e di tornarmene definitivamente in Toscana. Quell'estate non mi sentivo in grado di fare nulla; andai a zappare nei campi di famiglia, e non feci altro per tre mesi.

Non riuscivo a impedirmi di pensare. L'idea di essere uscito sconfitto da quella sfida non mi andava bene: sembrava di essermi bruciato l'unica possibilità di ottenere quella fiducia di investitori e colleghi che in Italia a quelli della mia età – avevo meno di trent'anni – non viene praticamente mai data. Desideravo con tutto me stesso tornare in Romania e riprovarci, contro i consigli di parenti e colleghi. Volevo dimostrare che potevo farcela,

Doing Business In Romania

che un giovane poteva farcela, contro tutti i pregiudizi: così, finita l'estate, ritornai a Bucarest.

Stavolta approcciai la Romania in maniera differente; non mi proposi più per fondi speculativi mordi e fuggi, ma come consulente nel settore dell'energia rumeno, che ormai conoscevo bene. L'avrei fatto per gli investitori che, alle nuove condizioni, continuavano a venire, e per quelli che erano riusciti a rimanere. Incominciai ad apprezzare la Romania, non solo per il Paese in sé, ma per le possibilità che offriva e per come venivo trattato. Non trovavo nessuna diffidenza verso i giovani.

Guadagnai la loro fiducia semplicemente con la mia determinazione e per quello che proponevo. Feci strada proprio grazie a tre rumeni dai capelli bianchi a cui le mie idee piacquero. Mi vedevano come un ragazzo un po' inesperto ma che aveva intrapreso una direzione

giusta; vollero spiegarmi nel dettaglio come funzionava il sistema energetico in Europa e in Romania per realizzare quello che proponevo. Uno di loro veniva ogni mattina in ufficio da me, cappello in testa e calcolatrice in tasca; la tirava fuori mentre gli preparavo un caffè e gli portavo un blocco di fogli bianchi. Lui scriveva e mi spiegava i concetti più difficili della gestione della generazione elettrica, della finanza energetica. Imparai da lui nozioni fondamentali e trucchi del mestiere, quelli con cui sviluppavo ogni giorno, sempre di più, la mia idea di business da consulente e gestore di portafogli energetici. Lui si sentiva ricompensato semplicemente dal vedere realizzato il potenziale di un ragazzo che pensava potesse avere qualche buona idea. Ed in effetti, alla fine ce l'ho fatta: nel novembre 2014 nasce Alive Capital e dopo cinque anni di attività gestisco il portafoglio

Doing Business In Romania

più grande di rinnovabili del paese (di tutte le fonti, eolico, idroelettrico, biomasse, fotovoltaico), lavorando con venti persone in un grande ufficio che prima era soltanto una piccola scrivania prestata in un angolo dello studio di un amico. L'85% dei clienti proviene da tutto il mondo, e facciamo asset management, gestiamo per conto di questi clienti, credo con successo, me lo auguro per loro, tutto, dalle vendite alle produzioni. La Romania, che all'inizio per me era poco più di una preda speculativa, è stata la mia scuola e la mia terra delle opportunità.>>

- **Conviene ancora oggi investire in Romania / fare impresa in Romania?**

<<La Romania, è molto accattivante per gli investitori, grazie anche alle numerose leggi promosse proprio in funzione di un incremento dell'economia della nazione. Sta conoscendo una fase di intenso



sviluppo economico, propiziata da una serie di fattori quali l'aumento dei consumi dovuto principalmente all'aumento dei salari, l'entrata di capitali esteri, maggior sfruttamento di risorse interne, crescita e modernizzazione delle maggiori città, miglioramento delle infrastrutture. Ora negli ultimi anni vedo tanti ingegneri italiani, architetti, professionisti, tutti sotto i 40 anni, che vengono perché l'Italia offre poco e niente. Negli ultimi due anni c'è una crescita esponenziale. Per le persone formate c'è tantissimo da fare perché il limite dei rumeni è la

Doing Business In Romania

mentalità, condizionata dai retaggi del comunismo.

Non sono solo i laureati e i profili più alti a mancare in Romania ma paradossalmente anche la manodopera di base. Ogni giorno nelle camere di commercio romene vengono registrate quattro nuove imprese a capitale italiano.>>

- **Come vede il futuro?**

<<Vedo il mio futuro in Romania, al lavoro per il raggiungimento dei miei obiettivi, desidero far crescere Alive Capital ed arrivare ad avere in gestione 1.000 MWp di potenza installata di impianti che producono energia rinnovabile.>>

- **Ci sono incentivi per investitori stranieri? Quali aspetti fiscali?**

<<Investire in Romania è attraente, in quanto il regime fiscale prevede una "flat tax" con aliquote fisse tutte inferiori al 16%, decisamente accattivante rispetto agli altri paesi della Comunità Europea. Fino al

1.000.000,00 euro/anno di fatturato, la società viene considerata "micro" e paga verso lo stato rumeno dal 1% - 3% del fatturato (lordo), superato questo importo passa al regime normale di 16% del netto. L'imposta sui dividendi era al 16%, ma dal 1° Gennaio 2017 è stata ridotta al 5%. Gli stipendi medi in Romania, a parità o quasi di diritti per i lavoratori, sono molto più bassi degli altri paesi EU: si parla di 400-500 euro per la manodopera che svolge le mansioni meno importanti, contro i 1.200-1.500 euro. Le opportunità sono in realtà molte e una volta che ci si stabilisce nel paese, è possibile avviare praticamente qualunque tipo di attività economica.>>

- **Come vede la vicinanza fra i due Paesi, Italia e Romania (dal punto di vista culturale, sociale, lingua, etc.), può rappresentare un vantaggio?**

<<I rumeni e gli italiani, a secoli

Doing Business In Romania

Doing Business In

hanno una storia che li accomuna e che si sovrappone, a partire dai Daci e dall'impero romano. La Romania possiede una cultura estremamente ricca e complessa, punto di incontro di due mondi altrimenti molto distanti come quello latino/romano. Per trasferirsi in questo paese, a mio avviso, è necessario imparare il rumeno, una lingua che deriva dal latino: è un enorme vantaggio per chi parla italiano, dato che presenta grandi affinità, sia a livello di grammatica, sia a livello di dizionario, con la nostra lingua madre>>. Oggi il tessuto imprenditoriale italiano in Romania è

distribuito tra l'industria estrattive (39,5% del totale), energia elettrica, termica, gas e acqua (29,9%), intermediazione finanziaria e assicurazioni (8,4%), transazioni immobiliari (7,6%), a cui seguono agricoltura, costruzioni e commercio con percentuali inferiori.

Autore:

Georgiana ION

Senior Manager
Deal Advisory
Mazars Romania



Telefono: +40737373148
E-mail: Georgiana.Ion@mazars.ro

News dalle imprese

Nel 2019 quasi 700 milioni alle start up made in Italy

Nel 2019 le startup hi-tech italiane hanno raccolto 694 milioni di euro, circa 100 milioni in più rispetto al 2018, anche se l'anno scorso il capitale a disposizione era quasi raddoppiato nell'arco di dodici mesi. Tuttavia, è più vicino l'obiettivo di raggiungere anche in Italia la soglia del miliardo di euro di investimenti annui. Con il 36% gli investimenti da attori informali (privati, incubator, business angel indipendenti, piattaforme di equitycrowdfunding) sono la prima fonte di finanziamento, segno sia di maggior cultura e sensibilizzazione sia di un primo effetto degli incentivi fiscali promossi dal MISE. Con il 33% al secondo posto si piazzano gli investitori internazionali (possono essere sia formali sia informali), dimostrando una crescente capacità del nostro ecosistema di attrarre capitali esteri in maniera sistematica e continua. In attesa della concretizzazione degli effetti del Fondo Nazionale per l'Innovazione, la terza forza con un contributo del 31% è quella degli attori formali (fondi regionali, venture capital del Governo, corporate venture capital), la terza forza (31%).



Fonte: <https://www.ilsole24ore.com/>, 3 Dicembre 2019

«Start up/Light up»: Aidi premia l'illuminazione sostenibile e intelligente

L'illuminazione intelligente per la città del futuro; l'illuminazione intelligente per la sostenibilità ambientale e l'impresa sociale; "smart home" e "smart building". Sono i tre filoni in cui si snoda "Start Up/Light Up", il concorso lanciato da Aidi, l'Associazione italiana di illuminazione, che punta a premiare le startup attive nell'illuminotecnica, da sempre uno dei campi di innovazione nell'ambito del design italiano. [...] Il concorso organizzato da Aidi in collaborazione con Talent Garden, la piattaforma di network e formazione per l'innovazione digitale, e l'incubatore Campania NewSteel, nasce con l'obiettivo di stimolare progetti innovativi di startup, ma anche realizzati individualmente o in team, sia informali che accademici, nel settore dell'illuminazione, della domotica e della smart city.



«Big data, intelligenza artificiale e Internet of things sono la leva per gestire in modo innovativo traffico, rifiuti, illuminazione, ambiente - spiega Gian Paolo Roscio, presidente di Aidi -. Le città stanno cambiando anche in virtù del ruolo sempre più importante della luce per valorizzare e rendere più vivibile il territorio e l'ambiente, sia domestico che sociale. Oggi l'illuminazione pubblica è protagonista di una rivoluzione tecnologica e culturale senza precedenti».

Fonte: ilsole24ore.com, 20 Novembre 2019

Gli obiettivi Onu aiuteranno le aziende a attirare i migliori talenti

Nel 2015, l'Onu aveva designato 17 obiettivi per lo sviluppo sostenibile da raggiungere entro il 2030. Questi obiettivi, di cui si sente tanto parlare, diventeranno nei prossimi anni sempre più una cartina tornasole non solo per i governi, ma anche per le aziende. In primo luogo ci sarà un notevole impatto sul business. Pensiamo, ad esempio, a tutto ciò che è legato al rispetto ambientale e all'ecosostenibilità: plastic free, automobili elettriche che garantiscono minor impatto ambientale, riduzione dello spreco di acqua sono diventati dei mantra quasi quotidiani sui giornali, in Internet o alla televisione.

Ma c'è un aspetto che, forse, ha un impatto ancora più immediato. Questi elementi sono sempre più riconosciuti come determinanti dai talenti che devono cambiare o trovare lavoro e che sceglieranno, sempre più spesso, aziende che compiono scelte più coerenti possibile con questi 17 obiettivi. Tutti siamo più informati e più consapevoli e non è più possibile non tenerne conto.

I guru che si occupano di costruire la brand attraction affermano che le nuove generazioni Z e Y saranno in grado di cambiare il mercato del 2025, coerentemente con questi obiettivi. Da un punto di vista della ricerca e selezione, ci stiamo rendendo conto che nella scelta tra due società - a parità di condizioni - i fattori determinanti non sono più dimensioni e fatturato come capitava fino a qualche anno fa, ma l'evoluzione della società rispetto al mercato esterno, quanto si sia fatta carico dell'obiettivo 5 (quello sulla gender equality) o dell'obiettivo 13 (quello sul clima).



Fonte: ilsole24ore.it, il 19 Dicembre 2019