

COFAMAGAZINE

PIANO INDUSTRIA 4.0

Per far decollare gli investimenti in macchinari e beni digitali

GLI INCUBATORI TECNOLOGICI

all'interno della sfida di Industria 4.0

La rivista di Coface
per Clienti e Partners
Periodico trimestrale

N° 47

NUOVE ROTTE COMMERCIALI
DEL MEDITERRANEO

LE 4 LEVE DEL LEARNING
BY DOING

LA CRESCITA DEL
COMMERCIO MONDIALE

LONGINO & CARDENAL
L'APPETITO
VIEN VIAGGIANDO

coface
FOR TRADE

Sommario

EDITORIALE

Innovare, una strada obbligata 3

PRIMO PIANO

Piano Industria 4.0: quali imprese ne beneficiano e come lo affrontano 4

Il ruolo innovativo degli incubatori tecnologici 8

CASE HISTORY

Longino & Cardenal, l'appetito vien viaggiando 12

SCENARIO

Le nuove rotte commerciali del Mediterraneo 14

INTERVISTA

«Dobbiamo puntare sull'alternanza scuola-lavoro» 18

MICRO-MACRO

Il picco della crescita mondiale è già alle nostre spalle 20

NEWS

Coface in Italia premiata come miglior brand nel credito 2017 24

DICONO DI NOI

26

COFAMAGAZINE

Numero 47 - maggio 2018
Periodico trimestrale

EDITORE

Compagnie française d'assurance
pour le commerce extérieur S.A.
Rappresentanza Generale per l'Italia
Via Giovanni Spadolini, 4
20141 Milano
Tel. 02 48335.111
Fax 02 48335.404
www.coface.it

DIRETTORE EDITORIALE

Ernesto De Martinis

DIRETTORE RESPONSABILE

Ernesto De Martinis

Registrazione del 04/04/1998
Con il num. 558 presso il Tribunale
di Milano

COORDINAMENTO EDITORIALE

iCorporate s.r.l.
Direzione Marketing &
Comunicazione di Coface in Italia

IMPAGINAZIONE

Ideogramma Graphic Design

Questo numero è stato chiuso
in redazione il 16/05/2018

Innovare, una strada obbligata

La trasformazione in senso digitale e tecnologico dei processi produttivi, cuore della quarta rivoluzione industriale, rappresenta la grande sfida di oggi per il sistema economico italiano e internazionale. Una sfida fondamentale per il rilancio della competitività tricolore e per la creazione di nuovi posti di lavoro ad alto valore aggiunto. In questo senso, il lancio l'anno scorso del Piano Industria 4.0 con il suo poderoso piano di incentivi è risultato di enorme importanza per far decollare gli investimenti in macchinari e beni digitali: come rivela una ricerca di Kpmg, in assenza di Industria 4.0 il 47,9% delle imprese che hanno effettuato investimenti avrebbero stanziato un importo minore e nel 5,6% dei casi non li avrebbero proprio effettuati.

Come ha confermato un recente rapporto Cerved, a trarre maggior beneficio dagli incentivi pubblici sono state le circa 15mila piccole e medie imprese ad alta automazione, dove investimenti e spese in ricerca e sviluppo si sono impennati. Nella transizione digitale, importante è anche il ruolo di piattaforme di innovazione e incubatori come la veneta H-FARM, che permettono di sviluppare progetti innovativi negli ambiti chiave dell'industria 4.0 per aiutare le imprese ad aumentare l'efficienza dei processi riducendo i costi. L'obiettivo principale di questi programmi di accelerazione è sviluppare soluzioni di business efficaci per le aziende, aiutandole a dialogare con le startup, che rappresentano una risorsa importante da inserire in percorsi di co-innovazione. Ma altrettanto fondamentale è il tema della formazione, su cui si sofferma nell'intervista di questo Cofamagazine **Francesco Pastore**, docente di Economia Politica presso la Seconda

Università degli studi di Napoli, research fellow dell'IZA di Bonn ma soprattutto esperto dei problemi legati alla transizione scuola-lavoro.

Per affrontare le sfide di Industria 4.0 infatti la formazione teorica da sola non basta più: è il momento di abbracciare un approccio *learning by doing* che coinvolga più soggetti e istituzioni, unendo ai banchi scolastici l'esperienza nelle imprese. In questo senso l'alternanza scuola-lavoro è solo un primo passo, ai quali si aggiungeranno l'apprendistato scolastico, gli istituti tecnici superiori e i "dottorati industriali".

Intanto continua il periodo positivo di crescita economica mondiale, che si riflette in un miglioramento del rischio Paese e del rischio settoriale monitorati da Coface. Oltre alle best practices di Paesi un tempo in crisi come il Portogallo ("promosso" da A3 ad A2) che oggi è tra i più brillanti dell'Unione europea, l'aumento del prezzo del petrolio riduce il rischio Paese degli Stati esportatori (la Nigeria passa da D a C) con il rischio credito del settore energetico che scende anche in diversi Stati sudamericani come Brasile, Argentina e Cile. Il problema è che iniziano ad affiorare segnali di rallentamento del ciclo economico, con il mercato del lavoro statunitense in progressivo surriscaldamento, come avviene quando il tasso di disoccupazione è vicino ai suoi livelli strutturali, cioè a quelli legati a demografia e tecnologia. Nella regione mediterranea, pur procedendo a rilento il percorso di creazione di un'area di libero scambio, la struttura del commercio sta evolvendo fin dagli anni Duemila, con alcune economie sempre più specializzate in settori ad alto valore aggiunto: è il caso, per esempio, delle tecnologie informatiche in Tunisia e Marocco, ma anche della filiera



Ernesto De Martinis

Ceo Coface Italia

dell'automotive e di nuovi attori in settori come energia, chimica e costruzioni (in Grecia, Cipro, Malta ed Egitto).

In questo contesto di enormi trasformazioni e inedite sfide, le aziende italiane continuano a dare prova di abilità e coraggio. La nostra "Case History" è dedicata a Longino & Cardenal, punto di riferimento per la ristorazione di qualità dalla forte vocazione internazionale, come dimostrano le aperture di sedi a Hong Kong e Dubai, ma anche con una filosofia gestionale volta alla continua ricerca dell'efficienza.

A trarre maggior beneficio dagli incentivi pubblici sono state le circa 15mila piccole e medie imprese ad alta automazione, dove investimenti e spese in ricerca e sviluppo si sono impennati.

Centinaia di aziende come questa lavorano giorno per giorno assieme a noi, in un panorama macroeconomico sempre più complesso e denso di incognite nel quale l'assicurazione dei crediti diventa un bene indispensabile. Attraverso strumenti di analisi e di copertura sempre più sofisticati, noi di Coface offriamo un supporto fondamentale per fronteggiare rischi macroeconomici e geopolitici in rapida evoluzione. Assicurando alle imprese una navigazione serena sui mercati internazionali.

Piano Industria 4.0: quali imprese ne beneficiano e come lo affrontano

Ecco un primo bilancio del programma di politica economica varato dal Governo nel settembre 2016 e molto apprezzato dalle aziende italiane

Con l'introduzione del piano Industria 4.0, dal gennaio 2016 in Italia la produzione industriale di macchinari è cresciuta del 4% e il relativo fatturato del 15%. È quanto emerge da uno studio di Kpmg che analizza il fenomeno Industria 4.0, presentato in occasione del **forum annuale del Comitato Leonardo, il "think tank" di promozione del Made in Italy.**

Nel primo trimestre 2017 gli investimenti fissi lordi sono aumentati nel complesso del 9%: più in dettaglio, gli investimenti in macchinari sono cresciuti dell'11,6% e quelli in apparecchiature elettriche ed elettroniche del 19,7%. Inoltre il fatturato interno è cresciuto tra gennaio 2016 e maggio 2017 dell'8% per macchinari e del 3,5% per apparecchiature elettriche ed elettroniche, più di quello tedesco (rispettivamente -2% e + 3%).

Che cos'è il piano Industria 4.0.

È un piano di politica economica varato nel settembre 2016 per mettere l'Italia al passo con la quarta rivoluzione industriale, quella che porterà a sistemi produttivi automatizzati e completamente interconnessi.

Quattro i cardini del piano, che si proietta su un quadriennio (2017-2020): agevolazioni per gli investimenti innovativi, sviluppo di competenze specialistiche di digital manufacturing a partire dalla scuola (le cosiddette "direttrici chiave"), infrastrutture abilitanti e strumenti pubblici di supporto (le direttrici "di accompagnamento").

Gli investimenti considerati "4.0" sono quelli in Advanced Manufacturing Solution, Additive Manufacturing, Augmented Reality, Simulation, Horizontal/Vertical Integration, Industrial Internet, Cloud, Cybersecurity, Big Data & Analytics, nonché quelli in tecnologie Agrifood, bio-based economy oppure mirati all'ottimizzazione dei consumi energetici.

Per incentivare tali investimenti, è stata incrementata l'aliquota di "superammortamento" dal 140% al 250% (si tratta del cosiddetto "iperammortamento") ed è stato prorogato il superammortamento del 140%, per gli altri investimenti industriali, applicabili a beni, tecnologie e macchinari in consegna entro il 30 giugno 2018. Inoltre il credito d'imposta alla ricerca vede l'aliquota per la spesa interna salire dal 25% al 50% e il credito massimo per ciascun contribuente innalzarsi da 5 a 20 milioni di euro. Sono poi previste altre agevolazioni, tra cui detrazioni fiscali fino al 30% per investimenti fino a un milione in startup e Pmi innovative, detassazioni sui capital gain, e per le startup Industria 4.0 un programma "acceleratori d'impresa", con fondi di investimento e di venture capital dedicati, sotto l'egida di Cassa Depositi e Prestiti.

Quanto alle competenze, entro il 2020 si punta ad avere 200mila studenti universitari e tremila manager specializzati su Industria 4.0, un raddoppio degli studenti

Investimenti: importi in milioni di euro

355 IMPLEMENTAZIONE DEL PIANO NAZIONALE SCUOLA DIGITALE

100 SPECIALIZZAZIONI IN CORSI UNIVERSITARI E ISTITUTI TECNICI

240 CLUSTER TECNOLOGICI E DOTTORATI DI RICERCA

200 COMPETENCE CENTER

iscritti a istituti tecnici superiori con specializzazioni ad hoc, ma anche 1400 dottorati di ricerca sul tema e la nascita di selezionati Competence Center nazionali. Il tutto grazie a investimenti di 355 milioni di euro pubblici per l'implementazione del piano nazionale Scuola Digitale, 100 milioni (30 privati e 70 pubblici) per specializzazioni in corsi universitari e Istituti Tecnici, 240 milioni (70 privati e 170 pubblici) per i cluster tecnologici "Fabbrica Intelligente" e "Smart Agrifood" e i dottorati di ricerca, nonché 200 milioni, metà pubblici e metà privati, per la creazione dei Competence Center.

Riguardo alle infrastrutture abilitanti, gli obiettivi sono coprire tutte le aziende italiane con connessioni a 30Mbps e la metà con connessioni a 100Mbps entro il 2020 (sono previsti investimenti di 12,7 miliardi di euro, di cui 6,7 pubblici), nonché costituire e presidiare sei consorzi di standardizzazione in ambito "internet delle cose".



Nell'immagine: produzione industriale

Entro il 2020 si punta ad avere 200mila studenti universitari e tremila manager specializzati su Industria 4.0

/ Cosa pensano gli imprenditori del Piano Industria 4.0.

Lo studio di Kpmg ha analizzato il sentiment degli imprenditori italiani nei confronti del Piano Industria 4.0 tra settembre e ottobre 2017, coinvolgendo nel sondaggio 330 imprese, gran parte delle quali (oltre l'80%) con meno di 250 addetti e che si può quindi definire Pmi.

Dall'analisi emerge che oltre tre quarti delle aziende (per la precisione il 75,8%) è al corrente delle misure varate dal Governo, anche se esiste un gap di conoscenza per alcuni settori, come quello del commercio e delle costruzioni, e per le imprese più piccole.

Le associazioni di categoria hanno svolto un ruolo importante nella diffusione del Piano: nel 62,4% dei casi la conoscenza è stata veicolata da loro. Dal sondaggio inoltre emerge come, in assenza di Industria 4.0, il 47,9% delle imprese che hanno effettuato

investimenti avrebbero stanziato un importo minore e nel 5,6% dei casi non sarebbe proprio stato effettuato alcun investimento.

Gli strumenti del Piano più utilizzati sono stati il superammortamento (51,4%), l'iperammortamento (43,8%) e il credito d'imposta per Ricerca e Sviluppo (29,2%); in particolare, il superammortamento è considerato utile da oltre il 72% delle imprese a conoscenza del Piano. In generale, le aziende prevedono un impatto profondo della quarta rivoluzione industriale su come e cosa si produce, anche se le ricadute sul proprio business sono considerate più ampie mano a mano che cresce la dimensione delle aziende interpellate.

Tra le nuove tecnologie abilitanti della quarta rivoluzione industriale, l'advanced manufacturing solution è stata oggetto di investimento da parte di un'impresa su due: seguono gli investimenti nell'Industrial Internet



Nelle immagini: postazioni lavoro informatizzate

(28,5% delle imprese), in Big data e analytics (27%) e cloud (26%). Per quanto riguarda, infine, la formazione professionale, quasi il 70% delle imprese avvierà iniziative specifiche in seguito agli investimenti effettuati grazie al Piano Industria 4.0: anche in questo caso le più interessate saranno le aziende di grandi dimensioni e quelle appartenenti ai settori dell'industria in senso stretto.

«Il Piano varato dal Governo, cavalcando l'onda del "momentum" positivo e con la semplicità di attivazione dei suoi strumenti, soprattutto fiscali, ha raccolto un'adesione immediata e ampia da parte delle imprese - ha commentato **Alessandro Carpinella**, partner di Kpmg Advisory - sintonizzandosi con gli "animal spirits" che stanno guidando le imprese».

Alla luce dei risultati dell'indagine e dei vari focus group, Kpmg formula **cinque raccomandazioni per i "policy maker"**:

- proseguire e concentrare gli sforzi su iperammortamento, superammortamento e credito d'imposta;
- rilanciare su Università e ricerca, che oggi sembrano procedere su un binario parallelo rispetto al tessuto imprenditoriale;
- accelerare sulle infrastrutture abilitanti, prima fra tutte la banda larga;
- rafforzare nell'opinione pubblica il concetto di "4.0" come asse del rilancio dell'economia italiana;
- riconoscere la dimensione globale del fenomeno, e favorire l'aggancio alla dinamica internazionale, manovrando sul piano regolatorio e degli incentivi.

Piano Industria 4.0: quali imprese ne beneficiano e come lo affrontano

Il confronto internazionale.

La quarta rivoluzione industriale è un fenomeno globale e tutte le nazioni manifatturiere negli ultimi anni hanno provato a cavalcarla, naturalmente con le peculiarità di ogni singolo Paese.

In Germania, luogo dove è stata coniata l'espressione "Industrie 4.0", si trovano i grandi produttori di tecnologie per l'automazione, che hanno favorito un'ampia diffusione di questi sistemi tra tutte le imprese.

In Francia troviamo filiere industriali con grandi gruppi che guidano l'innovazione tra le Pmi, mentre l'Italia presenta filiere articolate, composte principalmente da Pmi, con un'innovazione a macchia di leopardo. «In questo scenario, sarebbe sbagliato parlare di "ritardo" italiano - sottolinea **Marco Taisch**, docente del Politecnico di Milano - il livello di adozione di tecnologia di tante nostre Pmi è molto alto».

Ma rispetto alla Germania scontiamo la mancanza di due asset fondamentali: il sistema della ricerca che favorisce la diffusione tecnologica, e l'offerta formativa delle "Fachschule", capace di formare migliaia di tecnici specializzati. La creazione dei competence center è la risposta italiana ai "Fraunhofer" che ci permetterà di recuperare terreno, mentre sulla formazione dei tecnici dobbiamo ancora migliorare, perché a oggi non è stato compiuto un investimento significativo per gli Its».



Fachschule:
istituto professionale,
tecnico.

Fraunhofer:
è un'organizzazione
di ricerca no-profit,
senza scopo di lucro.

Il ruolo innovativo degli incubatori tecnologici

H-FARM, la piattaforma nata nel 2005 per supportare la creazione di nuovi modelli d'impresa, spiega quali saranno le competenze chiave nel futuro delle imprese italiane

Che cos'è H-FARM?

H-FARM è la piattaforma di innovazione che supporta la creazione di nuovi modelli d'impresa, sostiene le aziende nella trasformazione digitale e prepara i giovani al nuovo mondo del lavoro attraverso un percorso didattico internazionale e potenziato al digitale.

Nata nel 2005 da un'idea di **Riccardo Donadon**, è stata la prima iniziativa al mondo ad adottare un modello che unisse in un unico luogo la formazione, gli investimenti e la consulenza alle imprese. Dalla sua nascita ad oggi ha investito 26 milioni di euro per supportare lo sviluppo di oltre 116 startup.

Aiuta i più importanti brand internazionali a cogliere le opportunità offerte dalla trasformazione digitale e offre un percorso educativo a più di mille studenti. La H che forma il nome sta per Human, per sottolineare la grande attenzione posta sull'individuo e sulla necessità di realizzare iniziative dove l'essere umano stia al centro.

Oggi conta oltre 530 persone che lavorano in cinque sedi sul territorio italiano, è teatro di alcuni importanti eventi in grado di unire figure di rilievo del mondo dell'imprenditoria e dell'innovazione a livello internazionale ed è considerata un unicum a livello internazionale. Dal 13 novembre 2015 è quotata nel segmento AIM di Borsa italiana.



Qual è il ruolo degli incubatori tecnologici all'interno della sfida di Industria 4.0?

Gli incubatori tecnologici permettono di sviluppare progetti innovativi negli ambiti chiave dell'Industria 4.0 per aiutare le imprese ad aumentare l'efficienza dei processi e nel contempo a ridurre i costi.

L'obiettivo principale di questi programmi di accelerazione è sviluppare soluzioni di business efficaci per le aziende, italiane ed europee, aiutandole a dialogare con le startup: l'innovazione è infatti un processo collaborativo, in cui le start up rappresentano una risorsa importante da inserire in percorsi di co-innovazione, capaci di rendere più rapida la digitalizzazione. Ogni team ha la concreta opportunità di cambiare il modo in cui l'industria tradizionale farà business nei prossimi anni.

La H che forma il nome H-FARM sta per Human, per sottolineare la grande attenzione posta sull'individuo e sulla necessità di realizzare iniziative dove l'essere umano stia al centro.





Nell'immagine, veduta di H-FARM dall'alto



Qual è il giudizio di H-FARM sul piano Industria 4.0 varato nell'autunno 2016?

Industria 4.0 è un'occasione da non perdere per il mondo industriale, non soltanto perché c'è un grande sgravio, ma perché non c'è più tempo: fare entrare la cultura dell'innovazione nell'ambito industriale è qualcosa di improcrastinabile.

Molto spesso le Pmi italiane non considerano il digitale un elemento chiave. Invece oggi per competere nel mondo globale le imprese devono capire che il digitale è un elemento

strategico per il successo futuro. Con il piano Industria 4.0 inizia a emergere questo concetto: nel 2016 già molte aziende italiane riconoscono di avere iniziato il processo di digitalizzazione.

Quali a vostro avviso i settori e le competenze più promettenti nel quadro dell'innovazione tecnologica delle imprese italiane, a partire dall'Internet of Things?

In Italia le aree dedicate a software e ai contenuti digitali sono quelle

che presentano uno sviluppo più forte nei prossimi anni. In generale, la spinta arriva dalle componenti legate alla trasformazione digitale e ora la domanda si focalizza sull'innovazione di prodotti e servizi attraverso tecnologie di IoT, cybersecurity, cloud, big data, piattaforme per la gestione web e mobile business, le quali si prevede continueranno a crescere a doppia cifra nei prossimi anni.

È fondamentale abbracciare questo cambiamento e investire nelle tecnologie che consentono una maggiore efficienza e innovazione, un processo che coinvolgerà tutte le aziende e che sarà particolarmente importante per le Pmi perché permetterà loro di mantenersi competitive in Italia e in Europa.

Il ruolo innovativo degli incubatori tecnologici

I bambini nati in questo decennio non conosceranno il 65% dei lavori che si svolgono comunemente oggi



/ Sul piano della formazione, cosa manca all'Italia?

La trasformazione digitale sta cambiando il mondo delle imprese, quello del lavoro e di conseguenza quello dell'istruzione. Uno studio del World Economic Forum ha rilevato che i bambini nati in questo decennio non conosceranno il 65% dei lavori che si svolgono comunemente oggi. In Italia la situazione sta lentamente migliorando, ma la strada da percorrere è ancora lunga e il gap con i Paesi stranieri più digitalizzati è ancora molto ampio. Per questo nasce il progetto educativo di H-FARM che cambia il modo di insegnare e apprendere valorizzando il talento dei ragazzi e aiutandoli a sviluppare il loro potenziale attraverso una didattica dinamica e l'utilizzo di nuovi strumenti formativi.

L'offerta abbraccia una fascia d'età che va dai bambini di tre anni fino ai ragazzi di 26: partendo dal percorso didattico della Scuola internazionale si passa attraverso il Baccalaureato e i corsi di laurea, in collaborazione con l'università Ca' Foscari di Venezia, fino ad arrivare ai Master di specializzazione.

Un unicum a livello nazionale ed europeo, proprio perché in grado di unire un'offerta didattica così completa in un unico polo, dove gli studenti sono a contatto con giovani startupper, imprenditori, grandi aziende e manager in uno scambio osmotico di idee, stimoli, best practice.

L'obiettivo è accompagnare non solo studenti, ma anche professionisti e manager nel processo di trasformazione digitale, rendendoli protagonisti consapevoli, capaci di interpretare e anticipare il cambiamento.

/ Qual è la vostra esperienza con il programma Industry 4.0 accelerator? Quali le startup selezionate?

La nostra prima edizione del programma di accelerazione Industry 4.0, partito a giugno 2017 per quattro mesi, in partnership con Cisco, si rivolgeva a startup in fase early-stage o market-ready con soluzioni per trasformare i segmenti dell'industria manifatturiera.

La risposta è stata molto positiva: sono arrivate più di 200 candidature da 22 paesi. Dei team selezionati quattro sono italiani (e uno svizzero), a testimonianza della forte influenza che la tradizione manifatturiera italiana esercita anche sulle nuove generazioni che maggiormente percepiscono l'urgenza dell'evoluzione. Le cinque startup sono:

EcoSteer, che ha sviluppato due componenti chiave per il successo di progetti IoT collaborativi su scala industriale: EcoFeeder, un IoT gateway intelligente e sicuro per raccogliere dati e inviarli in un flusso continuo al cloud, ed EcoAggregator, uno strumento che aggrega in memoria i flussi di dati provenienti dalle "cose" per semplificarne l'analisi;

GenLots, che è una piattaforma che applica il machine learning alla supply chain, permettendo di bloccare opportunità di risparmio altrimenti non sfruttabili;



Nell'immagine, un particolare dell'ingresso di H-FARM

Holsys ha sviluppato oOne, un software di intelligenza artificiale in grado di interpretare in tempo reale i flussi di dati provenienti dai sensori, permettendo applicazioni quali la manutenzione predittiva;

TechMass ha sviluppato una piattaforma digitale per accompagnare le aziende verso la manifattura lean e incrementare la produttività;

ThinkIN è una soluzione per digitalizzare e monitorare in tempo reale i processi produttivi.

Questi team sono stati supportati da quattro industry partner: Zoppas Industries, Came, Nestlé e Cloud Italia.

/ Esiste anche uno Smart Farming 4.0: di cosa si tratta?

Qualche mese fa ne discutevamo ad un evento ospitato e organizzato da H-FARM con alcuni tra i principali attori del settore. Ricalcando il modello di industria 4.0, anche nel settore agricolo possiamo parlare di nuovi modelli di business e di processi innovativi di coltivazione: agricoltura di precisione, vertical farming, trattori self-driven. Il comparto agricolo, e in senso più ampio tutta la filiera del food, si stanno evolvendo e trasformando con l'utilizzo di nuove tecnologie che stanno attivando un processo di sviluppo e connessione tra prodotto e produzione, territorio e ambiente, rete logistica e commerciale, grazie all'utilizzo di big data, sensori e droni, strumenti di analytics, "Internet of farming" e machine learning.



Longino & Cardenal, l'appetito vien viaggiando

Fondata trent'anni fa, l'azienda è diventata il punto di riferimento per i più importanti ristoranti italiani e internazionali: dopo l'apertura di sedi a Hong Kong e Dubai, oggi ha 70 partner nel mondo e oltre 1.800 prodotti in catalogo

Riccardo Uleri

Amministratore Delegato
di Longino & Cardenal



È diventata un punto di riferimento per la ristorazione di qualità. Attraverso un'attività di scouting finalizzata all'eccellenza e all'innovazione, Longino & Cardenal ricerca in tutto il mondo cibi rari e preziosi per portarli sulle tavole dei migliori ristoranti e alberghi a livello nazionale ed internazionale, anticipando e dettando i futuri trend gastronomici.

/ La storia.

La storia di Longino & Cardenal inizia oltre trent'anni fa con l'intuizione di quattro ragazzi accomunati dalla passione per l'alta ristorazione e il buon cibo. L'inizio dell'attività risale a quando, nel 1988, ebbero l'intuizione di importare caviale fresco dall'Iran per rivenderlo a ristoranti e a gastronomie specializzate dando vita ad una storia di grande successo.

Viene inventato un nome di fantasia: Longino, uno svizzero di nobili origini, e Cardenal, un pescatore cubano. Entrambi uniti dalla passione per il cibo di qualità, decidono di viaggiare insieme alla ricerca delle più raffinate specialità in giro per il mondo. Sotto la guida di [Riccardo Uleri](#)

- che nel 1993 ha rilevato la società, rivedendone e ampliandone il modello di business - il continuo scouting di prodotti eccellenti, svolto con passione e coraggio, ha permesso all'azienda di crescere fino a diventare un punto di riferimento per i più importanti ristoranti italiani e internazionali, anticipando e dettando i trend gastronomici.

/ Il modello di business.

Oggi l'azienda ha un catalogo con oltre 1.800 prodotti e 70 partner nel mondo, per un totale di oltre 28 milioni di fatturato.

Una rete di rappresentanti esperti in questo tipo di prodotti, un customer service interno in costante contatto col cliente ed una logistica efficace assicurano consegne di merce freschissima a oltre 4.500 clienti. Il modello di business, incentrato sulla passione per il cibo e la ricerca dell'eccellenza, è stato esportato anche a Hong Kong e a Dubai, dove l'interesse per le materie prime di qualità e l'attenzione verso i prodotti gourmet dei mercati occidentali risultano essere ai massimi livelli.

I numeri:

1.800 PRODOTTI

70 PARTNER
NEL MONDO

28 MILIONI
DI FATTURATO

4.500 CLIENTI

«La qualità e l'eccellenza delle materie prime fanno la differenza in tutto, specialmente a tavola» afferma Riccardo Uleri, Amministratore Unico di Longino & Cardenal. «E la qualità, a mio avviso, si accompagna sempre anche ad altri valori importantissimi, come la passione per la ricerca di cibi rari e preziosi: per me è fondamentale non solo scoprire il prodotto ma anche conoscere di persona l'azienda che lo produce, la sua storia, i suoi valori, verificare l'attenzione al dettaglio in tutte le fasi della produzione. Il rispetto per il prodotto, infatti, rende unici, validi e sostenibili i prodotti che commercializzo. Per questo sono costantemente in viaggio, alla ricerca di nuovi stimoli e nuovi cibi da offrire ai miei clienti».

/ I mercati esteri.

La società ha una vocazione internazionale e un modello di business replicabile all'estero. «A oggi, oltre che in Italia dove realizziamo circa l'80% del fatturato, siamo presenti a Hong Kong dove abbiamo aperto nel 2013 e a Dubai dove siamo arrivati nel 2015 - spiega Uleri - . Sono due Paesi molto promettenti, in cui il business



sta crescendo velocemente: in Asia nel 2017 abbiamo fatturato tre milioni di euro, negli Emirati Arabi mezzo milione».

Quali i Paesi più promettenti per lo sviluppo di Longino & Cardenal nei prossimi anni? «Sono potenzialmente interessanti tutti quelli in cui ci sia la cultura del cibo di qualità e un ampio network di ristoranti internazionali e chef di livello - sottolinea Uleri - . Stiamo guardando agli Stati Uniti, un Paese molto promettente sia in termini di dimensioni che di ricettività in termini di alta ristorazione». Longino & Cardenal ha altissimi margini di crescita: opera, infatti, rivolgendosi alla parte più alta di un mercato potenzialmente molto ampio, incontrando i nuovi trend

Con Coface abbiamo la possibilità di monitorare costantemente la qualità del nostro portafoglio clienti e questo ci consente di poter incentivare la rete commerciale con la tranquillità del credito assicurato

di comportamento dei consumatori che ricercano materie prime eccellenti proposte in forme innovative. E sui mercati esteri l'azienda ha in Coface una collaborazione che Uleri definisce preziosissima: «La possibilità di monitorare costantemente la qualità del nostro portafoglio clienti ci consente di poter incentivare la rete commerciale con la tranquillità del credito assicurato - sottolinea l'Amministratore Unico di Longino & Cardenal - abbattendo il rischio in un mercato difficile e frammentato come quello della ristorazione».

/ I prodotti.

Dal cioccolato Weiss al foie gras George Bruck passando per il salmone irlandese Kenmare: nel catalogo dell'azienda c'è davvero di tutto, carni scelte, pesce freschissimo, frutta e verdura di prima qualità, formaggi rari, salumi tipici, conserve biologiche, pasticceria, cioccolato ricercato.

I prodotti freschi, selezionati in tutto il mondo (dalle isole Far Oer al Madagascar), raggiungono la Longino & Cardenal in tempi rapidi, e qui vengono sottoposti a rigidi controlli di qualità, per poi essere stoccati e inviati la mattina successiva ai clienti. Sul fronte della logistica, l'azienda opera con una filosofia gestionale volta alla continua ricerca dell'efficienza: in particolare ha messo a punto un sistema di logistica integrata che garantisce al cliente di ricevere la merce nei giusti tempi e rimanenze di magazzino ridotte al minimo.

Tutti i prodotti presenti nel catalogo di Longino & Cardenal rappresentano le eccellenze disponibili, a livello mondiale, nella categoria merceologica di riferimento, tra cui spicca una selezione di carni e pesci di qualità superiore. Pensiamo per esempio a Jamon Blázquez, azienda di prosciutti spagnoli fondata nel 1932 sulla base

delle conoscenze artigianali di quel tempo: oggi è gestita dalla terza generazione, ma resta fedele ai suoi processi naturali per lo sviluppo di ottimi prosciutti e insaccati, a cui si è aggiunta la linea "il fresco".

Poi ci sono le Carni Vacuum, carni e tagli selezionati da **José Rosell**, fondatore e titolare dell'azienda Carni di Lusso Vacuum, sinonimo della migliore qualità di carne disponibile sul mercato.

Ma anche Glacier 51, novità 2018, che prende il nome dal ghiacciaio scoperto nel 1951: un prodotto unico nel suo genere, considerato "la Wagyu del mare", molto apprezzato dai top chef di tutto il mondo. Senza dimenticare il baccalà Giraldo, pescato rigorosamente ad amo nell'Oceano Atlantico, nelle acque cristalline dell'Islanda e delle isole Far Oer e realizzato in modo naturale, senza conservanti o sbiancanti.

O ancora il tonno rosso Balfegò, di altissima qualità e freschezza, catturato nel Mar Mediterraneo occidentale, che successivamente viene alimentato solo con pesce fresco fino al raggiungimento della perfetta percentuale di grasso che gli dona il suo tipico gusto e lo rende un prodotto così richiesto nell'alta ristorazione.

Longino & Cardenal assicura i suoi crediti commerciali grazie ai servizi proposti dall'Agenzia Milano 4, gestita dagli Agenti Generali **Guido Mauri** e **Fabio Scravaglieri**

Le nuove rotte commerciali del Mediterraneo

Il processo di creazione di un'area mediterranea di libero scambio procede a rilento, ma non mancano segnali incoraggianti in alcuni settori: informatica, automotive, chimica e soprattutto energia

Nel 1995 i Paesi del Mediterraneo intrapresero un percorso comune per creare un'area economica integrata. Si trattava del "Processo di Barcellona", che poi ha cambiato nome più volte ("Associazione Euro-Mediterranea" e successivamente "Unione per il Mediterraneo"), ma che ancora non è riuscito a raggiungere i suoi obiettivi. Ancora oggi, i Paesi del bacino del Mediterraneo hanno tra loro flussi commerciali relativamente contenuti, a differenza per esempio di quelli asiatici, anzi negli ultimi anni sembra che siano addirittura diminuiti. Perché un risultato così deludente?

Innanzitutto il Processo di Barcellona, che voleva creare un'area di libero scambio regionale, si è tradotto solo in una moltitudine di accordi bilaterali tra l'Unione europea e singoli Stati mediterranei, come spiegano [Sofia Tozy](#), [Ali Trifaia](#) e [Melina London](#), economisti di Coface, nello studio "The new Mediterranean trade route".

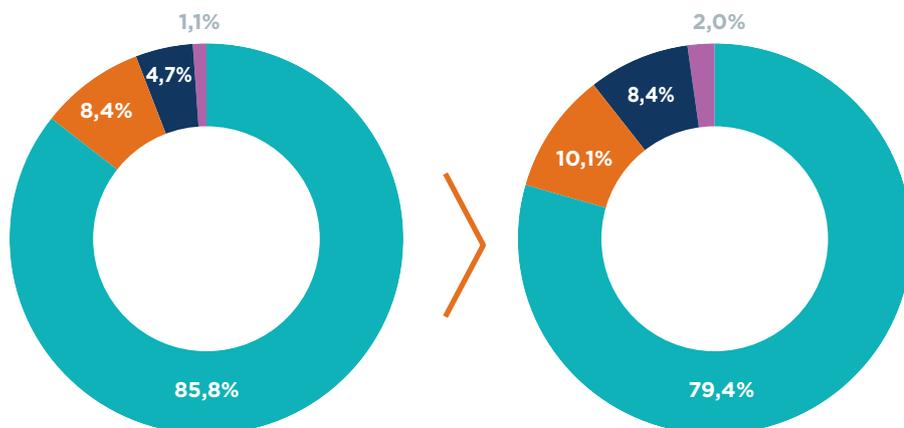
Esistono poi altri accordi regionali tra Stati nordafricani, mentre la Turchia ha sviluppato il proprio network: insomma, nell'area manca un modello unificato di libero scambio. Ma anche altri fattori hanno frenato il commercio mediterraneo: il fatto per esempio che la maggior parte dei Paesi abbiano strutture economiche simili, oppure il protezionismo adottato da alcuni Stati nordafricani dopo la crisi del 2009 e le Primavere Arabe.



Un'altra possibile spiegazione dello stallo commerciale mediterraneo sta nella difficoltà di fare impresa in alcuni degli Stati della regione. La maggior parte dei Paesi dell'area ha un rating Coface relativamente basso (da A4 a E), a riprova del fatto che non è facile ottenere informazioni sulle aziende, ma anche che le formalità burocratiche frenano lo sviluppo del business.

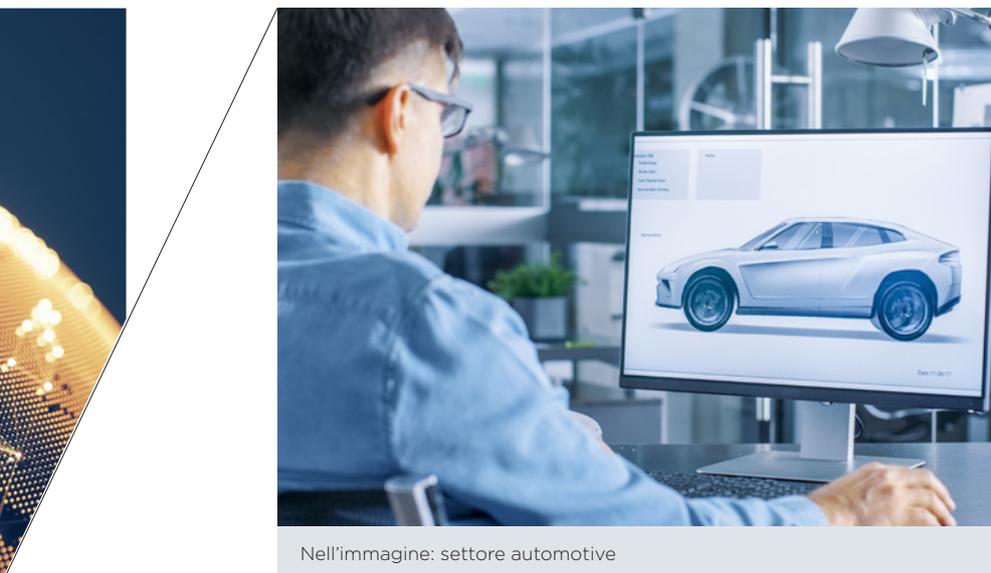
Non mancano peraltro segnali incoraggianti. La struttura del commercio nella regione mediterranea sta evolvendo fin dagli anni Duemila, con alcune economie sempre più specializzate in settori ad alto valore aggiunto: è il caso, per esempio, delle tecnologie informatiche in Tunisia

e Marocco, ma anche della filiera dell'automotive. Di conseguenza, sta diminuendo il peso, un tempo preponderante, dei prodotti a basso valore aggiunto, come tessile e abbigliamento. Inoltre stanno emergendo nuovi attori in settori come energia, chimica e costruzioni: è il caso di Grecia, Cipro, Malta ed Egitto.



Nel grafico:

Evoluzione dell'export delle aree economiche del Mediterraneo nella regione (in percentuale)



Nell'immagine: settore automotive

sono cambiati i flussi di export: Malta, Spagna e Italia sono cresciuti mentre Francia e Portogallo hanno segnato un calo. Il risultato di questi trend è che il mercato spagnolo rappresenta oggi il 33% delle esportazioni del settore, a un passo da quello francese (34%).

La crescita dell'automotive in Turchia e Marocco

L'ascesa dell'automotive in Marocco e Turchia si deve alle politiche industriali di sviluppo del settore perseguite fin dal 2009. In piena crisi economica Rabat ha puntato sulle quattro ruote per diversificare la sua economia, riuscendo ad attrarre Renault che a Tangeri ha costruito un moderno stabilimento in grado di esportare il 90% della produzione. L'arrivo del colosso francese è stato decisivo per lo sviluppo di un dinamico ecosistema di fornitori locali nell'area di Tangeri. In questo modo l'automotive è cresciuto fino a rappresentare il 13% dell'export marocchino nel Mediterraneo nel periodo 2012-2016 (contro l'1% precedente).

In Turchia il settore automotive era significativo anche in passato, ma l'introduzione di incentivi dal 2012 lo ha molto rafforzato, aumentando la capacità produttiva e migliorando la qualità. Il risultato è stato un aumento delle esportazioni turche in Paesi mediterranei sviluppati come Francia, Israele, Slovenia e Portogallo, e di una diminuzione dei flussi diretti in Nordafrica (con l'eccezione del Marocco).

Vediamo più in dettaglio l'evoluzione della struttura economica di questi Paesi.

L'ascesa dell'ICT in Tunisia e Marocco

Dall'inizio del terzo millennio, in Tunisia il peso dell'ICT (Information and Communication Technology) è quasi raddoppiato, passando dal 15% dell'export totale nel 2000-2007 al 28% nel 2012-2016. Merito anche degli investimenti esteri, cresciuti fino a far conquistare all'ICT il quarto posto tra i settori più importanti del Paese nordafricano. La principale destinazione delle esportazioni tunisine resta la Francia (42% del totale), ma sta crescendo bene anche la Spagna. In Marocco il settore ICT è stabile, ma

Le nuove rotte commerciali del Mediterraneo



Nell'immagine: settore energia

Nella tabella:

Rischio Paese nel Mediterraneo

Fonte: Coface

Rischio Paese

Francia	A1
Spagna	A1
Israele	A2
Italia	A2
Malta	A2
Portogallo	A2
Slovenia	A2
Croazia	A3
Cipro	A3
Grecia	A4
Marocco	A4
Turchia	A4
Bosnia ed Erzegovina	B
Montenegro	B
Tunisia	B
Albania	C
Algeria	C
Egitto	C
Libano	C
Libia	E

I nuovi protagonisti dell'energia

L'energia è il settore trainante del Mediterraneo: da solo rappresenta il 18% delle esportazioni nella regione. Algeria e Libia restano i maggiori venditori di idrocarburi dell'area, ma in lento declino per l'avvento di nuovi protagonisti e di profondi mutamenti nella struttura dell'export energetico. Se infatti all'inizio degli anni Duemila greggio e gas dominavano i flussi commerciali, oggi il mercato chiede soprattutto prodotti raffinati: a questo si deve l'affermazione di Grecia e Malta.

Non è un caso che il settore energetico sia diventato uno dei principali per Atene, con un peso sull'export totale più che raddoppiato (dal 15% al 38%), e che nel Mediterraneo rappresenti addirittura il 64% delle vendite elleniche (dal 30% degli anni pre-crisi).

Le cinque grandi raffinerie greche infatti, dopo l'inizio della recessione e del crollo dei consumi locali, si sono rivolte sempre più all'estero, in particolare ai Paesi confinanti: Turchia (che oggi pesa per il 16,4% delle vendite del settore), Libano (7%) ed

Egitto (5%), tutti con flussi in aumento rispetto al passato.

L'energia è diventata protagonista anche dell'export maltese: oggi rappresenta addirittura il 41% delle vendite dell'isola mediterranea, contro il 7% del periodo 2000-2007, grazie soprattutto agli acquisti di Tunisia ed Egitto.

Decisamente meno brillante il trend delle esportazioni energetiche turche, il cui peso sulle vendite totali di Ankara è aumentato solo di tre punti percentuali (dal 9% al 12%). Anche la mappa dell'export turco è mutata, con l'Egitto diventato partner di primo piano al posto dell'Italia.

Nell'immagine: settore chimico



La crescita del settore è destinata a proseguire anche nei prossimi anni, grazie a un buon flusso di investimenti e alla costruzione già pianificata di nuovi impianti produttivi.

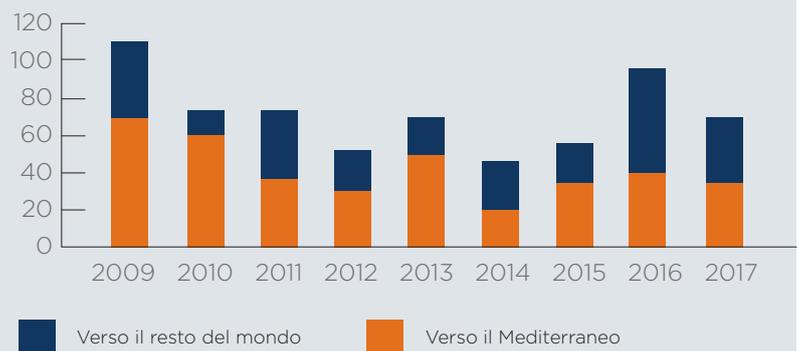
Chimica, è boom nel Mediterraneo orientale

Egitto, Cipro e Israele sono invece i protagonisti della chimica, che rappresenta il 10% degli scambi commerciali del Mediterraneo. Il Cairo ha più che raddoppiato il peso del settore sul totale delle esportazioni (dall'8% del 2000-2007 al 18% di oggi), trasformandolo in uno dei più brillanti nella struttura industriale del Paese nordafricano.

Tra i maggiori acquirenti di prodotti chimici e plastici egiziani troviamo la Turchia e la Francia, ma anche il Libano. La crescita del settore è destinata a proseguire anche nei prossimi anni, grazie a un buon flusso di investimenti e alla costruzione già pianificata di nuovi impianti produttivi.

In grande crescita anche la chimica cipriota: oggi rappresenta il 13% dell'export complessivo mondiale dell'isola (era il 7% prima della crisi) e ben il 40% delle vendite nel Mediterraneo, con Grecia, Israele e Libano tra le maggiori destinazioni.

Nel grafico: Misure protezionistiche implementate dai Paesi mediterranei
Fonte: GTA



«Dobbiamo puntare sull'alternanza scuola-lavoro»

Come affrontare le sfide formative della quarta rivoluzione industriale? Secondo Francesco Pastore è necessario evolvere il sistema educativo verso un modello “learning by doing” attraverso quattro leve: alternanza scuola-lavoro, apprendistato scolastico, sviluppo degli Istituti tecnici superiori e dei nuovi “dottorati industriali”

Francesco Pastore

Docente
di Economia Politica Università
degli Studi di Napoli



«La formazione teorica da sola non basta più per le sfide di industria 4.0: è il momento di abbracciare un approccio alla formazione di tipo *learning by doing* (imparare facendo), che coinvolga più soggetti e istituzioni». Ne è convinto **Francesco Pastore**, docente di Economia Politica presso la Seconda Università degli studi di Napoli, research fellow dell'IZA di Bonn e segretario dell'Associazione Italiana degli Economisti del Lavoro, che da anni si occupa dei problemi legati alla transizione dalla scuola al lavoro.

Come cambia la formazione nell'era dell'Industria 4.0?

«La quarta rivoluzione industriale rappresenterà una rottura tecnologica del paradigma esistente senza precedenti, le cui conseguenze saranno molteplici, sia a livello economico che sociale. I cambiamenti in corso hanno fatto tornare in auge il concetto di “disoccupazione tecnologica” che Keynes rilanciò negli anni Trenta del secolo scorso per spiegare, in parte, la grande crisi di Wall Street.

E sono tornate paure e conflitti antichi: uomo contro macchina, apollineo contro dionisiaco, materiale contro immateriale».

Quali sono le competenze di cui robot e intelligenze artificiali non riusciranno mai a impossessarsi?

«La diffusione dell'automazione a livelli impensabili solo fino a qualche anno fa farà scomparire non solo le attività ripetitive, come quelle legate alla catena di montaggio, ma anche molte attività che richiedono la creatività umana.

Il futuro del lavoro continuerà a essere roseo e affascinante, ma solo per chi riuscirà ad avere tanta creatività applicata alle proprie competenze lavorative specifiche a un certo posto di lavoro. Solo queste ultime saranno irripetibili per i robot.

La creatività si allena con l'istruzione di carattere generale, ma va accoppiata anche alle competenze professionali che si acquisiscono nell'arco di un periodo di tempo sufficientemente lungo in azienda».

Quindi per difenderci dalla “disoccupazione tecnologica” i banchi scolastici, da soli, non sono sufficienti..

«In un mondo sempre più liquido sarà opportuno imparare a nuotare. La formazione teorica, però, da sola non basta più. È il momento di abbracciare finalmente un approccio alla formazione di tipo *learning by doing*, che coinvolga più soggetti e istituzioni, dove le imprese e le università dovranno camminare assieme, mano nella mano, verso la loro terza missione, pronte per le necessità dell'industria 4.0.

In un mondo sempre più liquido sarà opportuno imparare a nuotare. La formazione teorica, però, da sola non basta più. È il momento di abbracciare finalmente un approccio alla formazione di tipo *learning by doing*

Nell'immagine: alternanza scuola-lavoro



Ci sono diversi strumenti per realizzare il principio duale e portare la formazione del capitale, almeno in parte, dalle aule scolastiche e universitarie, alle imprese: l'alternanza scuola-lavoro è solo un primo passo. C'è poi l'apprendistato scolastico, ancora da realizzare, e gli istituti tecnici superiori, assieme ai cosiddetti "dottorati industriali"».

Vediamo innanzitutto i dottorati industriali: di cosa si tratta?

«Nell'economia della conoscenza, riemerge la tesi della tripla elica che pone al centro la relazione università-imprese-governo: per sprigionare il potenziale di conoscenza e innovazione occorre una logica di ecosistema e un rinnovamento creativo delle tre sfere istituzionali complementari coinvolte, e i dottorati industriali possono rappresentare uno dei motori per far partire quella tripla elica.

Già nel 2011 la Commissione europea definì i "Principi per una formazione dottorale innovativa" con l'obiettivo di elaborare un approccio europeo, con percorsi innovativi, dal carattere interdisciplinare, che forniscano ai dottorandi competenze trasversali e che coinvolgano attivamente le imprese.

È chiaro, infatti, che il mondo accademico, universitario e non, non potrà assorbire tutta l'offerta disponibile di dottori di ricerca. Le linee guida del ministero dell'Istruzione, università e ricerca richiamano quei

principi comunitari e chiariscono che i corsi accreditati con la dicitura "dottorati industriali" potranno essere da un lato i corsi in convenzione con le imprese con la possibilità anche di riservare un numero di posti ai dipendenti di una o più aziende; dall'altro, i corsi di dottorato convenzionale che hanno, al proprio interno, dei curricula realizzati in collaborazione con le imprese. Tra i temi di ricerca, una priorità sarà data proprio a Industria 4.0».

Quale invece il ruolo degli Istituti tecnici superiori?

«Gli istituti tecnici superiori (Its), introdotti in Italia con una legge del 2008 sulla falsariga delle università professionali tedesche (le mitiche *Fachhochschulen*), sono una tessera fondamentale del tipo di formazione necessaria ad affrontare la quarta rivoluzione industriale già in atto in molti Paesi avanzati. Creatività e competenze specifiche saranno infatti sempre più complementari nei lavori del futuro e si affineranno solo attraverso il lavoro in azienda. In altri termini, l'industria 4.0 richiederà un'interazione sempre più profonda fra istituzioni di formazione a tutti i livelli e il mondo delle imprese.

Finora, istruzione e impresa sono stati due mondi paralleli; in futuro, dovranno imparare ad andare a braccetto, come fanno in Germania già da alcuni secoli. Si devono preparare non solo le scuole e le università, ma anche le imprese. Si parla dell'alternanza

scuola-lavoro come della terza missione dell'università, dopo la ricerca e la didattica; allo stesso modo anche le imprese dovranno avere una terza missione: produzione e lavoro, ma anche formazione. Solo così saranno entrambe pronte a sviluppare le necessità dei lavoratori per l'industria 4.0».

Il nostro Paese è pronto ad affrontare queste sfide?

«L'Italia è già molto in ritardo. Sembra però che le cose stiano cambiando e che le imprese siano ormai pronte a fare la loro parte, pur con tutte le difficoltà del caso. Naturalmente, ciò potrà avvenire solo se pure il governo farà la sua parte. Investire di più su alternanza scuola-lavoro, Its e apprendistato è importante anche per fare crescere la cultura della formazione e l'idea chiave dell'interazione necessaria fra impresa e sistemi di istruzione e di formazione professionale. Speriamo che il nuovo governo dia un forte impulso in questa direzione, qualunque sia il suo colore».

Fachhochschulen:
università professionali
tedesche

Il picco della crescita mondiale è già alle nostre spalle

L'economia mondiale continua la sua fase di espansione, ma iniziano ad affiorare i primi segnali di rallentamento del ciclo, con pressioni inflazionistiche destinate ad aumentare

Nel primo trimestre del 2018 i segnali economici positivi hanno continuato ad accumularsi: si è registrata una crescita sostenuta degli investimenti e molti Paesi sono in condizioni di quasi piena occupazione, cosa che ha incoraggiato i consumi.

Un circolo virtuoso di cui hanno beneficiato le imprese, con insolvenze in calo del 7% negli Stati Uniti e del 5% nell'Eurozona.

Il Portogallo, che dopo la crisi fu costretto a chiedere aiuto alla Troika, oggi è uno dei Paesi più brillanti dell'Unione europea, con una "promozione" da parte di Coface da A3 ad A2.

Sempre Coface stima che quest'anno, nonostante le ombre protezionistiche, il commercio mondiale crescerà del 3,7%.

Il problema è che iniziano ad affiorare segnali di rallentamento del ciclo economico, come sottolinea l'ultimo Barometro di Coface sul rischio Paese e quello settoriale. Il protezionismo inizia a preoccupare seriamente le imprese, ma al di là di questo il paradosso è che l'attuale periodo di crescita sostenuta si è accompagnato a livelli elevati di rischio politico.

Coface stima che quest'anno, nonostante le ombre protezionistiche, il commercio mondiale crescerà del 3,7%.

Nella tabella:

Cosa cambia nel rischio Paese

I promossi	
Portogallo	(da A3 ad A2)
Sudafrica	(da C a B)
Nigeria	(da D a C)
I bocciati	
Costarica	(da A4 a B)
Tunisia	(da B a C)
Svezia	(da A1 ad A2)

Nonostante una situazione di quasi piena occupazione in alcuni Paesi, accompagnata da timidi incrementi dei salari, il disagio sociale è ancora presente, come hanno confermato le recenti elezioni politiche in Italia.

In questo contesto di crescita della domanda mondiale, i prezzi delle materie prime continueranno a crescere, con il petrolio che - secondo le stime di Coface - è destinato a raggiungere nel corso del 2018 i 65 dollari al barile, con un rischio Paese degli Stati esportatori che di conseguenza si riduce (la Nigeria passa da D a C).

Nella tabella:

Cosa cambia nel rischio settoriale

I promossi	
Argentina	ENERGIA (da rischio alto a rischio medio)
Brasile	ENERGIA (da rischio alto a rischio medio)
Cile	ENERGIA (da rischio medio a rischio basso) METALLI (da rischio medio a rischio basso)
Russia	CHIMICA (da rischio medio a rischio basso) COSTRUZIONI (da rischio molto alto a rischio alto) CARTA (da rischio alto a rischio medio)
Svizzera	TESSILE - ABBIGLIAMENTO (da rischio alto a rischio medio)
Sudafrica	CHIMICA (da rischio alto a rischio medio) CARTA (da rischio alto a rischio medio) COMMERCIO AL DETTAGLIO (da rischio alto a rischio medio)



Nella tabella:

Cosa cambia nel rischio settoriale

I bocciati

Stati Uniti	TESSILE (da rischio alto a rischio molto alto)
Messico	CONSTRUZIONI (da rischio alto a rischio molto alto)
Italia	TECNOLOGIE DELL'INFORMAZIONE E DELLA COMUNICAZIONE (da rischio basso a rischio medio)
Gran Bretagna	CONSTRUZIONI (da rischio alto a rischio molto alto)
Turchia	FARMACEUTICA (da rischio basso a rischio medio)



Il rischio credito delle aziende del settore energetico scende anche in diversi Stati sudamericani come Brasile, Argentina e Cile. Di converso, l'aumento del prezzo delle materie prime penalizza i Paesi che le importano (come la Tunisia, che passa da B a C). Scendono anche le valutazioni di Costarica (da A4 a B) e Svezia (da A1 ad A2).

Segnali di surriscaldamento negli Usa

La domanda centrale è: quanto durerà ancora l'attuale fase di espansione? Di solito è l'economia americana che detta il ritmo agli altri: negli ultimi tre cicli, il picco di crescita è stato raggiunto negli Stati Uniti almeno un anno prima che nell'Eurozona e nei Paesi emergenti.

La fase di crescita che stanno vivendo gli States è già una delle più lunghe dalla fine della seconda guerra mondiale, e supererà il record di quella degli anni Novanta se riuscirà ad arrivare all'estate 2019.

L'utilizzo della capacità produttiva resta peraltro inferiore a quello registrato nei picchi dei cicli precedenti (ora è al 77%, contro oltre l'80% del 2008 e del 2000).

Nel grafico in alto:

Evolutione dell'indice sugli acquisti nel settore manifatturiero (PMI)

Fonte: Markit

Gli utili aziendali, classica cartina di tornasole per individuare la fine di un periodo di espansione, sono crollati di oltre il 10% alla fine del 2017 rispetto a un anno prima (finanza esclusa). Settore petrolifero a parte, la crescita degli utili si trova ai livelli più bassi dal terzo trimestre del 2011.

Anche il mercato del lavoro statunitense mostra segni di surriscaldamento, come avviene quando il tasso di disoccupazione è vicino ai suoi livelli strutturali, cioè a quelli legati a demografia e tecnologia.

Nel momento in cui il tasso di disoccupazione è al di sotto dei livelli strutturali, si generano pressioni inflazionistiche che penalizzano i consumi, le banche centrali procedono a una stretta della politica monetaria e le imprese faticano a reperire manodopera.

Il picco della crescita mondiale è già alle nostre spalle

Le indicazioni del tasso di disoccupazione strutturale

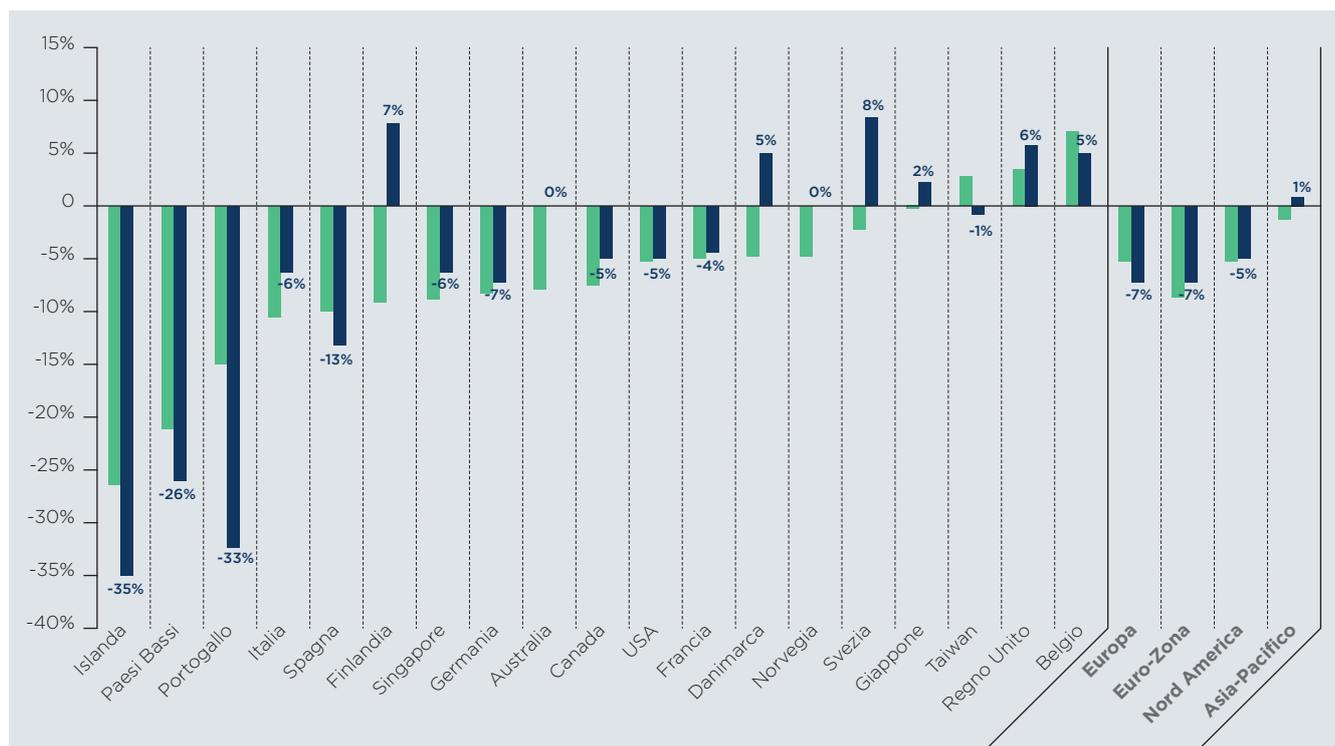
Attenzione perché il tasso di disoccupazione strutturale non è una variabile che si può rilevare direttamente e perciò è necessario fare delle stime.

La Commissione europea ha stimato che il livello di disoccupazione che non accelera la crescita dei salari si aggira nell'eurozona intorno al 9-9,5%: già dall'ottobre 2017 il tasso di disoccupazione medio ha infranto tale soglia al ribasso, e nel gennaio 2018 era già sceso all'8,6%. Secondo l'Ocse, gli Stati Uniti sono in una situazione analoga, assieme ad altri 22 dei 33 Paesi che aderiscono all'Organizzazione.

Fermo restando che è sempre difficile fare stime, è possibile provare a tracciare un parallelo con il 2007, anno del picco della crescita dell'economia mondiale prima della grande crisi del 2008. Secondo uno studio dell'Organizzazione Mondiale del Lavoro, nel 2017 il tasso di disoccupazione globale si aggirava intorno a un 5,8% medio, superiore di appena lo 0,2% rispetto a quello toccato durante il picco della crescita nel 2007.

Alla fine dell'anno scorso, il tasso di disoccupazione globale si ritrovava a un livello uguale o addirittura minore di quello del 2007 in 103 Paesi su 179. Segnale che molte economie sono vicine al punto massimo della loro crescita.

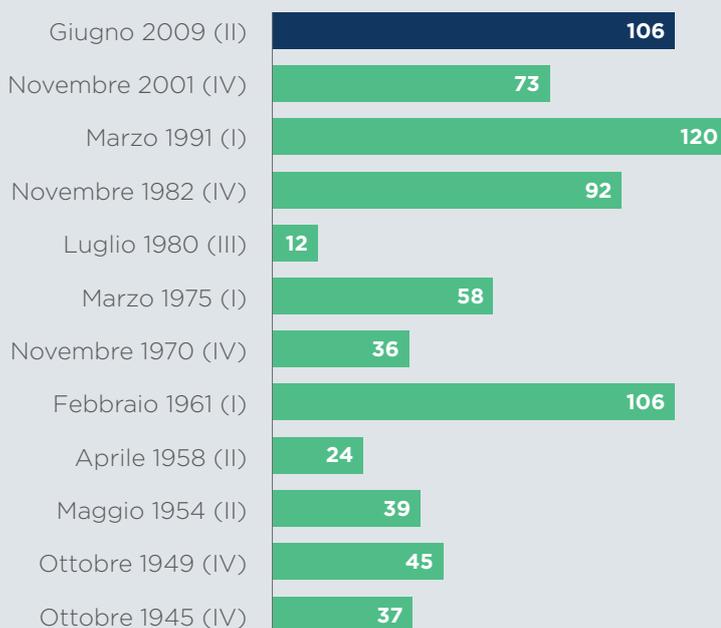
Secondo uno studio dell'Organizzazione Mondiale del Lavoro, nel 2017 il tasso di disoccupazione globale si aggirava intorno a un 5,8% medio, superiore di appena lo 0,2% rispetto a quello toccato durante il picco della crescita nel 2007.



Fonte: Dati Coface

Nel grafico: Durata dei cicli di espansione negli Stati Uniti dal 1945 (in numero di mesi a partire da quello indicato)

Fonte: Bureau of Economic Analysis



Persino in Giappone l'inflazione in febbraio si trovava all'1,5% (1% escludendo le componenti più volatili) in un contesto di aumento modesto dei salari: è il livello più alto dal marzo 2015. Il ciclo di espansione dell'economia mondiale è insomma chiaramente entrato in una fase matura, e i picchi della crescita forse sono già alle nostre spalle.

Nell'Eurozona il salario medio per lavoratore è aumentato dell'1,8% nell'ultimo trimestre del 2017 rispetto a un anno prima (era l'1,1% nel secondo trimestre 2016)



Il ritorno dell'inflazione

Questo contesto di accelerazione sincronizzata della crescita globale, avviato dal 2017, si è tradotto in un miglioramento del mercato del lavoro e quindi in pressioni inflazionistiche.

Negli Stati Uniti, l'ultimo rapporto sull'occupazione ha mostrato una crescita più forte di salari e costo del lavoro. In febbraio l'inflazione core, quella che esclude la componente energetica, ha toccato i massimi da sei anni per i prezzi al consumo.

Mentre nell'Eurozona il salario medio per lavoratore è aumentato dell'1,8% nell'ultimo trimestre del 2017 rispetto a un anno prima (era l'1,1% nel secondo trimestre 2016). Questo trend è destinato a continuare, visto che il tasso di disoccupazione continua a scendere.



Coface in Italia premiata come miglior brand nel credito 2017

Coface in Italia ha ricevuto il premio internazionale *Global Brand Awards* con la menzione "Best Credit Insurance Brand, Italy 2017". Il premio è stato ritirato a Dubai il 6 aprile.

Global Brands Magazine è uno dei più importanti magazine britannici di opinioni e notizie sui brand più rilevanti nel mondo, e rappresenta una fonte di informazioni per le imprese.

Il 9 marzo Coface ha partecipato come sponsor alla 1° edizione del *Financial Forum*, organizzato dal gruppo Le Fonti presso Palazzo Mezzanotte, a Milano.

L'evento, dedicato al Corporate Finance e focalizzato sulle sfide che attendono i direttori finanziari nell'era dell'industria 4.0 e del fintech, ha visto la partecipazione esclusiva di **Alan Friedman**, noto giornalista statunitense, scrittore ed esperto di economia.



Il Financial Forum

Coface presente all'evento Sna di Padova



Coface ha partecipato con un desk all'evento organizzato dal Sindacato Nazionale Agenti tenutosi a Padova il 10 aprile, dal titolo "Da intermediario professionista a mero distributore: evoluzione o involuzione?".

Per Coface, erano presenti gli Agenti Generali **Sandro Marzotto** e **Andrea Bottazzin**.

Coface ha confermato la sua stretta collaborazione con il Sindacato anche in occasione di questo convegno, organizzato dalle Sezioni Provinciali venete unitamente al Coordinamento regionale.

La tavola rotonda - incentrata sul tema del ruolo essenziale svolto dall'Agente a tutela del

consumatore in un contesto di disintermediazione in relazione alla IDD 2018 - ha visto l'attenta partecipazione di una platea costituita da oltre 130 intermediari.



Le Assise di Confindustria a Verona

Il 16 febbraio, presso il polo fieristico di Verona Fiere, Coface ha partecipato - in qualità di partner Retindustria - alle Assise Generali di Confindustria, un'intera giornata dedicata al Sistema Confindustria, in cui gli imprenditori sono stati chiamati ad avanzare in prima persona proposte concrete di sviluppo e di crescita, individuando le priorità per le imprese e per il Paese.

Macfrut 2018



Si è svolta dal 9 all'11 maggio - presso l'Expo Centre di Rimini - la fiera Macfrut, consueto appuntamento per gli operatori del settore ortofruitticolo e occasione per creare rapporti internazionali, trovare nuovi clienti e fornitori. Coface ha partecipato con un desk in qualità di sponsor e partner assicurativo della Fiera.

Macfrut ha una presenza internazionale in costante crescita: oltre 1.200 operatori professionali invitati, centinaia di incontri B2B organizzati e più di 40 Stati in rappresentanza di cinque Continenti, mentre il 25% dei visitatori proviene da altri Paesi.

Le aziende espositrici presenti negli otto padiglioni della fiera appartengono ai settori delle Tecnologie produttive commercio e distribuzione, Macchinari, Logistica, Servizi, Sementi e materie prime.

Coface ha ospitato il 16 maggio, presso la propria sede, l'evento *Rottame 4.0* organizzato da Siderweb, il portale della siderurgia italiana in collaborazione con RICREA.

L'evento, che conferma la storica collaborazione tra Coface e Siderweb, ha rappresentato un momento di confronto sulle materie prime siderurgiche. Ha avuto come tema principale il rottame - "regina" delle materie prime siderurgiche italiane - esplorandone le prospettive strategiche, tecnologiche e di mercato. Oltre al rottame, il dibattito ha riguardato anche ghisa, HBI e minerale di ferro.

Rottame 4.0



Dicono di noi

Importante l'attenzione e la copertura - nel mese di aprile - per la revisione del rischio settoriale e del rischio Paese, con articoli dedicati e dettagliati da parte delle principali webzine di settore (***assinews.it***, ***intermediachannel.it***) ed economico-finanziarie (***finanzaoperativa.com***).

Anche il Panorama sulle nuove rotte commerciali del Mediterraneo ha raggiunto buona visibilità nel corso del mese, in particolare grazie alle riprese dedicate de L'Avvisatore Marittimo - principale quotidiano navale - e del portale ***themeditelegraph.it***.

Sempre ad inizio aprile, ampia visibilità per il nuovo Panorama di Coface dedicato all'Europa Orientale e Centrale. A trattare del tema, con dettaglio e profondità, hanno contribuito - tra gli altri - le agenzie di stampa Tribuna Economica e Agenzia Nova, le webzine settoriali ***assinews.it*** ed ***insurancetrade.it***, nonché i portali economico-finanziari ***lamiafinanza.it*** ed ***impresamia.it***.

Buona copertura, inoltre, per lo studio annuale sui comportamenti di pagamento delle aziende cinesi, con lanci dedicati da parte dell'agenzia di stampa Tribuna Economica e riprese da parte di webzine economico-finanziarie quali - tra gli altri - ***FinanzaOperativa.com*** e ***lamiafinanza.it***.

Nel mese di marzo, lo studio di Coface sulla similitudine delle ambizioni economiche di Cina e Giappone ha riportato una buona copertura da parte di agenzie di stampa (Agenzia Nova, Tribuna Economica e AgenParl) e dei principali media online di riferimento, come ***assinews.it***, ***impresamia.com*** e ***finanzaoperativa.com***, tra gli altri.

Sempre nello stesso mese, interesse vivo anche per il Panorama dedicato alle insolvenze delle imprese francesi, che ha ottenuto copertura online significativa - tra gli altri - da ***DFOMedia.it*** e ***lamiafinanza.it***.

Sempre in marzo, infine, buona copertura è stata dedicata al Panorama relativo al Messico ed al destino dell'industria automobilistica, con articoli dedicati, in particolare da parte di ***assinews.it***, ***finanzaoperativa.com*** e ***DFOMedia.it***.

Mismatch e disallineamento delle competenze nel mondo del lavoro è stato, invece, il tema sensibile del mese di febbraio, con articoli de Il Sole 24Ore e di media online - tra i quali ***business.it*** - dedicati alle analisi di Coface sul tema.

Agli argomenti del mese si aggiungono, inoltre, le nomine di ***Mirco Molinelli*** e ***Manuel Morandi*** in Coface Italia, riportate da agenzie di stampa - come MF Dow Jones - e da webzine settoriali (***assinews.it***, ***insurancetrade.it***).

Il mese di gennaio, infine, è stato caratterizzato da ampia copertura rivolta alla Conferenza Rischio Paese 2018. Il Sole 24Ore ed il canale TV Class CBNC hanno dedicato diversi articoli e servizi all'appuntamento, con interventi del capo economista ***Julien Marcilly***.

La nuova mappa del rischio Paese e del rischio settoriale derivante dalla Conferenza è stata, poi, al centro di riprese significative da parte di ***assinews.it***, ***insurancetrade.it***, ***intermediachannel.it*** e Agenzia Nova.

Links utili

ilsole24ore.com
milanofinanza.it
assinews.it
intermediachannel.it
finanzaoperativa.com
themeditelegraph.it
lamiafinanza.it
impresamia.it
finanzaoperativa.com
dfomedia.it
business.it
insurancetrade.it

Le Agenzie Generali

ALESSANDRIA

CORRADO CULTRARO
MAURO MAZZOCCHI
Via C. Pisacane, 23/A
Tel. 0131-445174
Fax 0131-230583
alessandria073@coface.it

ANCONA

MARIO BOCCACCINI
LUCA BOCCACCINI
MARCO FERRARI
FRANCESCO ORIOLI
Via Sandro Totti, 3
Tel. 071-54502
Fax 071-54503
ancona@coface.it

BARI

ANTONIO DE BIASE
GIOVANNI SCHIAVONE
Via Principe Amedeo, 25
Tel. 080-3322122
Fax 080-5461266
bari@coface.it

BELLUNO

PAOLO PERISSINOTTO
Via Ippolito Caffi, 3
Tel. 0437-944074
Fax 0437-298673
belluno@coface.it

BERGAMO

GIANLUCA BALLINI
GIOVANNI RENALDINI
Via Simoncini, 14
Tel. 035-4243366
Fax 035-4243375
bergamo@coface.it

BIELLA

GIANFRANCO SALODINI
Piazza Casalegno, 9/A
Tel. 015-403892
Fax 015-8495143
biellauno@coface.it

BIELLA

GIORGIO PAGNONE
Via Trieste, 10/B
Tel. 015-8497151/8407846
Fax 015-401405
bielladue@coface.it

BOLOGNA

MARIO BOCCACCINI
LUCA BOCCACCINI
MANUELA CASTAGNETTI
GIUSEPPE DELVECCCHIO
FRANCESCO ORIOLI
Via Massarenti, 14/B
Tel. 051-4299001
Fax 051-4292985
bologna@coface.it

BRESCIA

GIANLUCA BALLINI
SANTO FARINA
LUCA PASQUALI
GIOVANNI RENALDINI
Via Aldo Moro, 13
Tel. 030-220562
Fax 030-2422558
brescia@coface.it

CAGLIARI

LUIGI DI MARTINO
Via Grazia Deledda, 48
Tel. 070-6402057
Fax 070-6401337
cagliari@coface.it

CAMPOBASSO

ANTONIO DE BIASE
GIOVANNI SCHIAVONE
Via Giuseppe Garibaldi, 110
Tel. 0874-411621
Fax 0874-411621
bari@coface.it

CATANIA

SERGIO RAPISARDA
FABRIZIO SURIANO
Viale Vittorio Veneto, 281
Tel. 095-444482
Fax 095-7168100
catania@coface.it

COMO

CARLO PICCINNO
GIANCARLO PICCINNO
Viale Masia Massenzio, 34
Tel. 031-574796
Fax 031-574798
como@coface.it

GENOVA

FRANCESCO COCCHIERE
Via XX Settembre, 26/4
Tel. 010-5957015
Fax 010-540673
genova@coface.it

LIVORNO

ELENA BACCELLI
Via Grotta delle Fate, 41 - int.1
Tel. 0586-580994
Fax 0586-581003
livorno@coface.it

MACERATA

TANIA PIERONI
Via Trento, 33 - int.16 e17
Tel. 0733-261328/261164
Fax 0733-261327
macerata@coface.it

MILANO

CARLO PICCINNO
GIANCARLO PICCINNO
Piazzale Martesana, 4
Tel. 02-27002490
Fax 02-2550685
milanouno@coface.it

MILANO

GABRIELE DUBINI
FABRIZIO PEDICONI
Via A. Manuzio, 13
Tel. 02-29002622
Fax 02-29017865
milanodue@coface.it

MILANO

GIANMARIA SOLEO
MARCO FEDERICI
Via Valtellina, 18
Tel. 02-6883740
Fax 02-6887500
milanotre@coface.it

MILANO

GUIDO MAURI
FABIO SCRAVAGLIERI
Via Bandello, 1
Tel. 02-87078100
Fax. 02-87078119
milanoquattro@coface.it

MODENA

MARIO BOCCACCINI
LUCA BOCCACCINI
GIOVANNI FERRARI
MARCO FERRARI
Via Vellani Marchi, 80
Tel. 059-359364
Fax. 059-346321
reggioemilia@coface.it

NAPOLI

CARLO BALNELLI
KATIA BALNELLI
C. Dir. Isola F11 - 4°p. - int. 51
Tel. 081-7346056
Fax 081-7345588
napoli@coface.it

PADOVA

ANDREA BOTTAZZINI
SANDRO MARZOTTO
Via San Crispino, 28
Tel. 049-7801785
Fax 049-7801779
padova@coface.it

PALERMO

GIUSEPPE TOLOMEO
Via G. Cusmano, 28
Tel. 091-6269927
Fax 091-7300385
palermo@coface.it

PARMA

MARIO BOCCACCINI
LUCA BOCCACCINI
GIOVANNI FERRARI
MARCO FERRARI
Piazza C.A. Dalla Chiesa, 3
Tel. 0521-798276
Fax 0521-707724
parmadue@coface.it

PARMA

ANDREA CAMIN
Galleria Bassa dei Magnani, 3
Tel. 0521-200344
Fax 0521-282317
parmatre@coface.it

PERUGIA

ENRICO ARIONI
FRANCESCO MORELLI
Via della Madonna Alta, 128
Tel. 075-5837325
Fax 075-5837326
perugia@coface.it

PESARO

CESARE RICCARDI
MARIO BOCCACCINI
LUCA BOCCACCINI
MARCO FERRARI
FRANCESCO ORIOLI
Via Sirolo, 24
Tel. 0721-404727
Fax 0721-403724
pesaro@coface.it

PESCARA

GIANNI BATTINELLI
PIETRO PAOLO BONI
Via Cetto Ciglia, 8
Tel. 085-28234
Fax 085-2309889
pescara@coface.it

PESCARA

GABRIELLA GALLUCCI
Via Messina, 7
Tel. 085-8625850
Fax 085-8625847
pescaradue@coface.it

PIACENZA

MAURO MAZZOCCHI
CORRADO CULTRARO
Via Manfredi, 120
Tel. 0523-1723601
Fax 0523-1723612
piacenza@coface.it

PISA

LUCA TOFANI
FRANCO ROSATI
LUDOVICA ROSATI
Via S. Ilario, 109
Tel. 050-711252
Fax 050-7115554
pisa@coface.it

PRATO

TIZIANO GIULIANI
NICCOLÒ STORAI
Via Cerutti, 10/12
Tel. 0574-34498
Fax 0574-34517
prato@coface.it

RAVENNA

MARIO BOCCACCINI
LUCA BOCCACCINI
Via Antonio Meucci, 1
Tel. 0544-408911
Fax 0544-408907
ravenna@coface.it

REGGIO EMILIA

MARIO BOCCACCINI
LUCA BOCCACCINI
GIOVANNI FERRARI
MARCO FERRARI
Via Roma, 22
Tel. 0522-580737
Fax 0522-580736
reggioemilia@coface.it

ROMA

MASSIMO D'OTTAVI
OTTAVIO GASPARRI
NICCOLO' SERAFINI
Via Boezio, 14
Tel. 06-97747431
Fax 06-97747441
romauno@coface.it

ROMA

DOMENICO GRECO
Via dei Serpenti 170
Tel. 06 4747078
Fax 06 4817580
roma2@coface.it

ROMA

ALESSANDRA DI DIONISIO
ELIO DI DIONISIO
PIETRO COLASANTI
MATTEO COLASANTI
Via Nomentana, 63
Tel. 06-7726421
Fax 06-77203251
romatre@coface.it

SALERNO

CARLO BALNELLI
KATIA BALNELLI
Via Giacinto Carucci, 1/5
Tel. 089-224517
Fax 081-19578299
salerno@coface.it

TORINO

FEDERICA BRUNO
FRANCO INGROSSO
Corso Unione Sovietica, 409
Tel. 011-613750/614373
Fax 011-3170671/3162782
torino@coface.it

TORINO (Rivoli)

MASSIMO CONCON
Via Carlo Ferrero, 9
Tel. 011-0465803
Fax 011-0465804
torino062@coface.it

TREVISO

ANDREA BOTTAZZINI
SANDRO MARZOTTO
Viale Fellissent, 84
Tel. 0422-300831
Fax 0422-319814
treviso@coface.it

TREVISO

ANDREA FABIANI
Viale Appiani 2/C
Tel.: 0422-1481566
Fax: 0422-1481565
trevisodue@coface.it

UDINE

DIEGO DA GIAU
CLAUDIA VIRGINIA ZANIN
Via Marco Volpe, 43
Tel. 0432-502288
Fax 0432-503616
udine@coface.it

VARESE

CARLO PICCINNO
GIANCARLO PICCINNO
Via Cavour 13-c.p.110
Tel. 0332-232824/232826
Fax 0332-281058
varese@coface.it

VERONA

GIANLUCA BALLINI
SANTO FARINA
LUCA PASQUALI
GIOVANNI RENALDINI
Via Ugo Zannoni, 8
Tel. 045-8345965
Fax 045-8309711
verona@coface.it

VERONA (S. Martino B.A.)

GUIDO ROSCIO
SILVIA DE GRANDI
PAOLO GIACOMIN
Piazza del Popolo, 15
Tel. 045-9205908
Fax 045-9660122
verona080@coface.it

Il gruppo Coface, uno dei leader mondiali nell'assicurazione dei crediti, offre alle imprese di tutto il mondo soluzioni per proteggersi dal rischio di insolvenza dei propri clienti, sia sul mercato domestico che export. Nel 2017, il gruppo, supportato da 4.100 collaboratori, ha raggiunto un turnover consolidato di 1,4 miliardi di euro.

Presente direttamente e indirettamente in 100 Paesi, assicura le transazioni commerciali di 50.000 imprese. Ogni trimestre, Coface pubblica le valutazioni rischio paese per 160 nazioni, basandosi sulla conoscenza unica del comportamento di pagamento delle aziende e sulla expertise dei suoi analisti credito vicini ai clienti e debitori.

Coface SA é quotata all'Euronext Paris - Compartment B e si fregia della valutazione rating AA - di Fitch Ratings e del rating A2 di Moody's.

In Italia, Coface offre l'assicurazione dei crediti e le cauzioni, ed è nota per la sua professionalità, grazie agli Agenti Generali, al servizio dei clienti, presenti su tutto il territorio nazionale.

**Compagnie française d'assurance
pour le commerce extérieur S.A.**
Rappresentanza Generale per l'Italia
Via Giovanni Spadolini, 4
20141 Milano

T +39 02 48335 111
F +39 02 48335 404
www.coface.it
comunicazione@coface.com

Seguici su:



@cofaceitalia

coface
FOR TRADE