

Sussurri & Grida

27

DENTRO E FUORI IL LISTINO DI PIAZZA AFFARI

Il Cnpds presenta con Marchetti e Cera il volume di Guido Rossi sulla «corporate compliance». Cipolletta (Aifi) punta il dito sulla raccolta dei fondi «private» italiani. E Ambrosetti guida gli italiani verso Oriente

a cura
di **Stefano Righi**
srighi@corriere.it



Samoter
Giovanni Mantovani,
direttore generale
di VeronaFiere. Qui la
più importante
rassegna di macchine
movimento terra

C'erano proprio tutti alla prima uscita pubblica del neo presidente della Fondazione Centro nazionale di prevenzione e difesa sociale (Cnpds), Piergiuseppe Biandrino. Nella sala assemblee di Ubi banca a Milano, l'occasione è stata data dalla presentazione del libro curato dall'indimenticato Guido Rossi dedicato a *La corporate compliance: una nuova frontiera per il diritto?* Il volume di Rossi (che fu a sua volta presidente della fondazione, guidata inizialmente dal primo presidente della Repubblica, Enrico De Nicola), dopo l'introduzione di Mario Cera che ha richiamato proprio il lavoro di Rossi nell'ambito del diritto commerciale all'università di Pavia, è stato presentato da Piergaetano Marchetti, professore emerito di diritto commerciale all'università Bocconi e da Alberto Alessandri, docente di diritto penale nel medesimo ateneo. Il programma di ricerca sulla *corporate compliance* della Fondazione Cnpds è stato invece presentato da Gaetano Presti, docente di diritto commerciale all'università Cattolica di Milano e da Stefano Manacorda, docente di diritto penale all'Università degli studi della Campania «Luigi Vanvitelli». Tra i presenti all'incontro anche il presidente della Fondazione Carifirenze, Umberto Tombari e Fabrizio Palenzona.

Verso il Far east

Ubi apre a Singapore. L'annuncio dell'apertura entro la fine dell'anno di una nuova struttura di rappresentanza per cogliere appieno le potenzialità di un'area che mostra costante crescita economica (pil medio per anno in crescita di circa il 5 per cento) e demografica (previsioni +6 per cento per i prossimi 5 anni) e che rappresenta un ampio mercato di sbocco sia per i grandi gruppi industriali italiani sia per le medie aziende è stato annunciato la settimana scorsa in occasione della missione organizzato da The European House di Ambrosetti in collaborazione con l'associazione Italia Asean, nell'ambito del ciclo di incontri sugli *High level dialogue*. Ubi, rappresentata all'incontro dal *chief commercial officer* Frederik Geertman, ha espresso la volontà di accompagnare le

Oriente
Frederik Geertman
vice direttore
generale
e *chief commercial officer* di Ubi
Banca, che apre
a Singapore

L'ESORDIO DI BIANDRINO UBI APRE A SINGAPORE

aziende italiane nel loro processo di internazionalizzazione come in Asia già fa a Mumbai, Hong Kong e Shanghai, nell'ambito di una strategia di *coverage* internazionale del gruppo che punta su una presenza in paesi ad alto potenziale, per lo sviluppo degli investimenti imprenditoriali italiani all'estero.

Francia batte Italia 3-1

Numeri alla mano i risultati della raccolta dei fondi di *private equity*, *venture capital* e *private debt* denunciano un evidente ritardo sul territorio italiano. Lo fa sapere l'Aifi, l'associazione di settore. Gli investimenti in Francia sono stati infatti pari a 14,3 miliardi di euro contro i 5 miliardi dell'Italia. Tali attività sono state possibili grazie alla grande raccolta avvenuta Oltralpe.

In Francia, infatti, nel 2017 il *fundraising* ha raggiunto i 16,5 miliardi di euro, oltre il doppio di quanto realizzato in Italia, considerando sia la componente privata sia quella istituzionali: 6,2 miliardi di euro a cui si aggiungono 300 milioni derivanti dalla raccolta del *private debt*.

Guardando ai principali investitori che hanno contribuito alla raccolta francese, 3,9 miliardi provengono dai

Corporate compliance
Una nuova frontiera
L'avvocato
Piergiuseppe Biandrino



fondi di fondi e 3,3 miliardi dalle assicurazioni. In Italia è inoltre da registrare, nel 2017, il *fundraising* realizzato dai Pir (Piani individuali di risparmio) pari a 10,9 miliardi di euro e dalle Spac (*Special purpose acquisition company*) pari a 1,8 miliardi. «Spac e Pir hanno raccolto in totale circa 13 miliardi di euro, contro i 6,5 miliardi registrati dal *private capital*, segno che i capitali per investire ci sono; ora si tratta di fare sistema e farli ricadere nell'economia reale - afferma Innocenzo Cipolletta, presidente dell'Aifi -. Se le Spac si concentrano sulle pre Ipo e i Pir sul mercato secondario, il *private capital* si focalizza sugli investimenti nella crescita. Occorrono però più investitori di quelli attuali per dare alle imprese italiane la stessa potenzialità di sviluppo che hanno in questo momento le aziende francesi. Se noi chiudiamo 400 operazioni l'anno tra *private equity* e *private debt*, i francesi ne realizzano 2.100, si impone quindi un cambio di marcia».

Investimenti in infrastrutture

La crisi è alle spalle. Almeno nel settore delle macchine per il movimento terra. A livello mondiale le vendite hanno superato nel 2017 le 825 mila unità, oltre il livello toccato nel 2011 quando iniziarono le difficoltà che portarono gli acquisti a quota 628 mila unità, nel 2015. Anche a livello italiano le vendite sono in netta ripresa a 15,6 migliaia, in crescita del 14,3 per cento e, secondo le previsioni, raggiungeranno le 20 mila unità vendute nel 2020. I dati sono stati presentati da Cristina Rossi e Luca Agolini di Prometeia in occasione del «Samoter day» alla Fiera di Verona, appuntamento di aggiornamento per l'intero settore in vista della grande kermesse espositiva in calendario nel 2020. «Abbiamo ascoltato le esigenze dei costruttori - ha detto Giovanni Mantovani, direttore generale di Veronafiere - ricalibrando le date per offrire una partecipazione alla fiera sempre più su misura». L'appuntamento del 2020 è fissato dal 22 al 25 marzo, con un'anteprima su invito il sabato 21 marzo.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Elettronica

Arriva Meizu, la cinese specializzata in mobile teen

Un altro dei «giovani giganti» dell'elettronica si affaccia sul mercato italiano. Si tratta di Meizu, un'azienda di elettronica di consumo con sede a Zhuhai, nella provincia di Guangdong, in Cina. Fondata nel 2003, Meizu ha iniziato come produttore di dispositivi portatili per la riproduzione audio, dapprima lettori MP3 ed in seguito lettori MP4. A partire dal 2008 ha spostato il proprio focus aziendale sugli smartphone, diventando rapidamente uno tra i primi produttori di telefonia in Cina, tanto che il gruppo Alibaba, ha recentemente investito 650 milioni di dollari, una cifra che ha permesso al

colosso di Jack Ma di acquisire circa il 20% di Meizu. In pochi anni l'azienda ha portato a 22 milioni il numero totale di smartphone venduti nel mondo, più di 2 mila i punti vendita aperti in Cina e a oltre 4 mila i dipendenti con un'età media di circa 30 anni. Il passo successivo è stato l'internazionalizzazione del business e lo sbarco in Italia. «L'Europa per noi è un mercato fondamentale - ribadisce Daniel Ding, overseas sales director di Meizu - e l'Italia in particolare è il paese più sensibile perché ha cultura di design, fashion e un debole per la tecnologia mobile. Sappiamo però che il contest è complesso, per que-

sto puntiamo a differenziarci rispetto ai competitor».

In Cina Meizu è un brand molto giovane che ha costruito gran parte del suo successo con una strategia di marketing molto social. «In Cina - conferma Ding - la campagna per il branding si è basata su club social che hanno creato un movimento di giovani fans, eventi e iniziative specifiche, lo stesso abbiamo fatto in India e Russia. È una strategia nuova e molto orientata ai gusti dei giovani. Quest'anno l'Italia sarà considerato il paese guida di Meizu in Europa: attualmente nel vostro paese abbiamo circa l'1% del mercato ma pun-



Rampanti
Daniel Ding, overseas
sales director di Meizu
azienda cinese di
elettronica di consumo
appena sbarcata in Italia

tiamo a salire, a breve almeno al 4%. Siamo convinti che quello italiano sia un mercato molto sensibile alle novità stilistiche e tecnologiche. I prezzi d'ingresso dei nostri prodotti li rendono accessibili per un pubblico giovane e un po' modaiolo. Anche la tecnologia è pensata per i giovani con un tasto unico che permette foto e attività social molto rapide. Se l'Italia ci darà conferma della validità delle nostre intuizioni, incrementeremo la nostra presenza su tutti i mercati europei». Nel 2017 l'azienda cinese ha venduto 19 milioni di device nel mercato mondiale di cui 16,5 milioni gli smartphone, in Italia Meizu è distribuito dalle principali insegne elettroniche e sta iniziando con gli operatori di settore. Un sbarco appena iniziato ma che si annuncia molto ambizioso.

Isidoro Trovato

© RIPRODUZIONE RISERVATA