

CORRIERE ECONOMIA



Mercati, imprese, finanza del Corriere della Sera

26 | CORRIERE ECONOMIA | LUNEDÌ 21 NOVEMBRE 2016

Aziende, storie e persone

PICCOLE & MEDIE



Piaccono le nozze made in Italy
Continua a crescere il giro d'affari del turismo lento ai matrimoni. Sono sempre di più gli stranieri che scelgono l'Italia per fare il grande passo: dal 2012 ad oggi sono aumentati di circa il 12% ogni anno. In aumento la richiesta di matrimoni di lusso che già generano un indotto di circa 450 milioni.



Scarpe, un cammino difficile
La grande crisi ha inciso sul settore calzaturiero che, tra il 2008 e il 2015, ha visto assottigliarsi del 21,2% il numero di aziende, perdendo circa 10 mila addetti. Un settore sostenuto dalle esportazioni che, secondo Assocalzaturifici, sono in aumento da 5 anni. In crescita anche il loro valore (+2,4%).

79,8 miliardi per la logistica

È questo il valore del mercato italiano. Il comparto secondo l'Osservatorio Contract Logistics del Politecnico di Milano, registra una crescita del giro d'affari (+1,2% sul 2015) per le 97 mila aziende del settore, grazie all'aumento del traffico merci e delle esportazioni. A trainare il comparto l'e-commerce. Un settore coinvolto dalla rivoluzione tecnologica: dalla realtà aumentata alla digitalizzazione dei documenti per il trasporto.

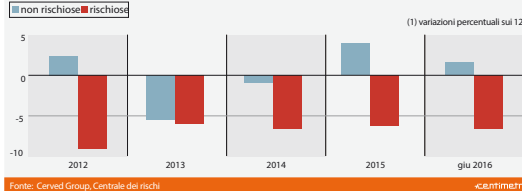
Trend Nonostante il disgelo il rapporto banche-imprese resta complicato

Sfide «Meno tasse, una cura contro il credito difficile»

Crescono i prestiti alle aziende, ma solo per le grandi. L'idea: sconti a chi si quota o fa aumenti di capitale per la crescita

Allo sportello

Prestiti alle imprese per le classi di rischio (1)



DI ISIDORO TROVATO

cento a giugno su base annua.

Antidoti alle sofferenze. Gli ultimi dati della Banca d'Italia evidenziano un quadro disincantato delle piccole e medie imprese italiane: aumenta il numero delle sofferenze, ma cresce anche il numero delle aziende virtuose. Una netta dicotomia tra buoni e cattivi. «Le Pmi sono state fondamentali per la crescita di questo Paese — afferma Giuseppe Sopranzetti, direttore della sede di Milano della Banca d'Italia — ma il modello non può rimanere sempre uguale in un mondo che cambia. L'atteggiamento difensivo è stato perdente, chi ha giocato d'attacco ha vinto la sfida».

Rimedi
La difficoltà dell'accesso al credito per le piccole e medie imprese pone come immediato riflesso il calo della produzione. Nei primi nove mesi del 2016 l'attività nell'industria, ma cresce anche il numero delle aziende virtuose. Una netta dicotomia tra buoni e cattivi. «Le Pmi sono state fondamentali per la crescita di questo Paese — afferma Giuseppe Sopranzetti, direttore della sede di Milano della Banca d'Italia — ma il modello non può rimanere sempre uguale in un mondo che cambia. L'atteggiamento difensivo è stato perdente, chi ha giocato d'attacco ha vinto la sfida».

Quali strumenti potrebbero invertire la linea di tendenza? «La leva fiscale è sicuramente uno degli strumenti più efficaci e rapidi per consentire un immediato rilancio degli investimenti da parte delle piccole e medie imprese — osserva Giuseppe Bernoni, commercialista, in ricerca e nuove tecnologie ma anche il sostegno alle startup innovative. Senza dimenticare la prorroga del super-ammortamento del 140% sull'acquisto di beni strumentali o l'iper-ammortamento, al 250%, per le aziende che comprano macchinari e software. È una via alternativa al credito agevolato bancario? «Agevolazioni fiscali alle

Allo sportello
Prestiti alle imprese per le classi di rischio (1)

Allo sportello
Prestiti alle imprese per le classi di rischio (1)

In bacheca

A cura di FELICE FAVVA felicefavacor@hotmail.com

Appuntamenti Auto d'epoca: una superasta per le quattro ruote

Dalle Cinquecento alle Ferrari, ma solo quelle d'altri tempi, saranno presenti ad AutoClassica, rassegna delle vetture d'epoca, a Fiera Milano Rho dal 25 al 27 novembre. In mostra oltre 1.500 veicoli dagli anni Venti ai Novanta. Da segnalare Duemila ruota, la più estesa asta automobilistica mai avvenuta in Europa, battuta da Rm Sotheby's.

Mercati Agricoltura: il cambiamento fiorisce a Bologna

L'agricoltura sta cambiando. Come affrontare norme e mercati in continuo mutamento? Alla domanda risponderà il convegno di Compag, Federazione nazionale dei commercianti di prodotti per l'agricoltura presieduta da Fabio Marana (nella foto) l'iniziativa, aperta al pubblico, si terrà il 24 novembre a Bologna e il primo dicembre a Cassino. All'ordine del giorno le normative sull'utilizzo e la vendita di prodotti a fruibili non professionali.

Incontri Venditori e agenti: 400 aziende a caccia di talenti

Forum agenti, evento promosso da Agent 321, si svolge nel confronto tra domanda e offerta degli specialisti della vendita. La manifestazione si terrà a Fieramilanocity dal 24 al 26 novembre. Migliaia gli agenti di commercio avranno la possibilità di effettuare colloqui di lavoro con circa 400 aziende che sono alla ricerca di professionisti per rafforzare le proprie strutture di vendita.

La storia/1

Anche ad Alibaba piace l'Amarone

La veronese Allegrini amplia il giro di affari e va sulla via della seta

Non basta solo essere eredi di una storia imprenditoriale lunga oltre 160 anni per competere con efficacia sui mercati mondiali del vino. È necessario investire in sostenibili: l'immutabilità di questo rapporto. Il lato ambientale, costruire nuove cantine e guardare al web come a espandersi nel corso del 2016, a un prezioso strumento per far sbocciare una elevata eterogeneità per dimensione, classe di complessi, come quella cinese, e settore di attività delle imprese. Laumento ha riguardato le aziende di maggiori dimensioni e quelle giocate più solide; tra i settori, le aziende manifatturiere e del



Valpolicella
Marilisa Allegrini, proprietaria dell'omonima azienda vitivinicola

trimonio agricolo sin dal 1979: piantare il doppioguyot che consente di ottenere una maggiore concentrazione delle uve. L'impegno dell'impresa agricola veneta, però, non si ferma qui. «Negli ultimi anni — spiega Allegrini — abbiamo incrementato gli investimenti in sostenibilità ambientale. Una scelta fondamentale per chi pratica da sempre la qualità. Significa anzitutto mettere in vendita un vino salubre, non invaso dalla chimica, che rispetti la natura e

consumatori. Una strategia che ci consentirà d'incrementare la produzione bio». Ricco anche il capitolo dei nuovi progetti. «All'inizio del 2017 — continua Allegrini — partirà la costruzione di una nuova cantina green di 12 mila metri quadrati. Sarà completata entro il 2019 attraverso un investimento di dieci milioni di euro. Ci offrirà una duplice opportunità: essere al passo con l'aumento della produzione e incrementare gli incontri del tour del vino». Consumatori che possono essere raggiunti velocemente grazie alla rete. «Da settembre — aggiunge Marilisa Allegrini — è iniziata una collaborazione con Alibaba, il colosso cinese dell'e-commerce. Sviluppare il mercato in Cina tramite il web è uno dei nostri obiettivi. E i primi segnali, in termini di fatturato, non mancano. «Nel 2016 — conclude Allegrini — prevediamo d'incrementare gli affari del 10%».

MICHELE AVITABILE

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Accesso al credito
Giuseppe Sopranzetti, direttore della sede di Milano della Banca d'Italia



terziario. La qualità del credito alle imprese ha mostrato segnali di miglioramento in tutti i settori di attività economica, sebbene l'incidenza delle posizioni deteriorate sul totale dei prestiti sia rimasta elevata».

Alti e bassi
Significativo, in tal senso, è il quadro che emerge in Lombardia, area che può essere presa a campione perché la più produttiva d'Italia. Nei dodici mesi terminati a giugno i finanziamenti delle banche in Lombardia sono saliti dell'11,5%.

«Le cose buone devono cambiare perché le cose migliori abbiano inizio». Così presenta la sua nuova immagine Bagutta, azienda storica di camicie di lusso fondata nel 1975 dalla famiglia Gavezzena a Milano ripensata di recente per rendere il marchio ancora più internazionale. Un investimento verso il rinnovamento, quello di Bagutta, che mira a farsi sentire anche nei medio-grandi (2,4%), che presentano in media profili di rischio relativamente più bassi. Per quest'ultima categoria di aziende l'incremento del credito bancario si è associato a un minor ricorso al finanziamento obbligazionario. Invece, tenendo conto non solo dei prestiti bancari, ma anche di quelli delle società finanziarie, il credito erogato alle imprese è aumentato dello 0,7 per



Strategie
Stefano Maran: è direttore marketing di Bagutta

Trenta milioni di fatturato (82% estero) e oltre 4 milioni di bottiglie vendute

«Per allargare il giro d'affari fuori dai confini nazionali — dice Maran — Stefano Maran, direttore commerciale marketing globale che arriva a Bagutta dopo il successo mortale raccolto con le giacche di struttura dei fratelli bresciani Boglioli e i pantaloni Torino — stiamo sviluppando nuove distribuzioni, rafforzando ulteriormente una rete di vendita di alta gamma consolidata. Il marchio, del resto stava già riflettendo sul proprio futuro in questi anni, con il propo-

sito di tornare in auge attraverso progetti di lavoro di grande valore». A cominciare dalla nuova collezione del brand che verrà presentata a Pittimagine Uomo a gennaio 2017 e al lancio del sito internet che debutterà proprio in concomitanza dell'evento. «Il mercato dei brand — spiega Maran — è saturo e non esiste una necessità reale di nuovi prodotti. Esiste, però, un interesse concreto per i nuovi prodotti. Anche per questo ne abbiamo messo in piedi uno corpuso per

L'obiettivo è di arrivare nel 2018 a una quota di esportazioni del 50%

rilanciare il marchio e sollevare l'interesse del mercato, lavorando su tutti gli aspetti della filiera: dai servizi ai clienti su misura al riassetto permanente dei punti vendita, fino alla suddivisione delle collezioni per occasioni d'uso». Il tutto, accompagnato da un cambio di rotta in termini di immagine verso il contemporaneo.

Un lusso elegante ma rock, come ama definirlo Maran, che punta su un'immagine fresca. Lo testimonia sia il cambio di look del network che debutterà proprio in concomitanza dell'evento. «Il mercato dei brand — spiega Maran — è saturo e non esiste una necessità reale di nuovi prodotti. Esiste, però, un interesse concreto per i nuovi prodotti. Anche per questo ne abbiamo messo in piedi uno corpuso per

CARLOTTA CLERICI

© RIPRODUZIONE RISERVATA

La storia/2

La boutique (ri)nasce con la camicia

Il restyling di Bagutta, marchio storico della sartoria milanese

«L

la tradizione sartoriale italiana. «Per allargare il giro d'affari fuori dai confini nazionali — dice Maran — Stefano Maran, direttore commerciale marketing globale che arriva a Bagutta dopo il successo mortale raccolto con le giacche di struttura dei fratelli bresciani Boglioli e i pantaloni Torino — stiamo sviluppando nuove distribuzioni, rafforzando ulteriormente una rete di vendita di alta gamma consolidata. Il marchio, del resto stava già riflettendo sul proprio futuro in questi anni, con il propo-

rilanciare il marchio e sollevare l'interesse del mercato, lavorando su tutti gli aspetti della filiera: dai servizi ai clienti su misura al riassetto permanente dei punti vendita, fino alla suddivisione delle collezioni per occasioni d'uso». Il tutto, accompagnato da un cambio di rotta in termini di immagine verso il contemporaneo.

Un lusso elegante ma rock, come ama definirlo Maran, che punta su un'immagine fresca. Lo testimonia sia il cambio di look del network che debutterà proprio in concomitanza dell'evento. «Il mercato dei brand — spiega Maran — è saturo e non esiste una necessità reale di nuovi prodotti. Esiste, però, un interesse concreto per i nuovi prodotti. Anche per questo ne abbiamo messo in piedi uno corpuso per