

e-KONomy

RACCONTARE L'IMPRESA PER CRESCERE



BLINK MARINE: qualità e personalizzazione al servizio della nautica e dell'automotive

Compliance Update

Decreto "Aiuti ter": focus sulle misure per le imprese contro il caro energia

[Pagina 18](#)

move.ON

Automobili Estrema

[Pagina 13](#)

Editoriale

Il mondo dei motori e le auto d'epoca

[Pagina 2](#)

DestinationUSA

Meeting di lavoro negli USA: come rispettare la business etiquette per avere successo

[Pagina 20](#)

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

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



 @kongroup

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

 www.kon.eu



Il mondo dei motori e le auto d'epoca

di Vezio Manneschi



Sono con **Claudio Gialli**, un amico di lunga data. Aretino, appassionato di automobilismo sportivo e di storia del motorismo d'Epoca. Dai primi anni '80 organizzatore di eventi automobilistici nel centro Italia, sia essi rally mondiali ed europei che manifestazioni internazionali di vetture storiche (mitica era la Coppa degli Appennini). Collabora inoltre con importanti agenzie di settore nella creazione e realizzazione di manifestazioni automobilistiche, sia in Europa che in altri continenti, oltre a coadiuvare gli organizzatori della 1000 Miglia e del Gran Premio Nuvolari. Con altri amici e colleghi ha pubblicato 7 libri tutti legati al mondo dei motori.

Allora Claudio anche l'ultima pubblicazione, un bellissimo libro sui motori da corsa dalle origini ai giorni nostri nell'aretino ma soprattutto in Italia, ha avuto un bel successo tra gli appassionati, ero alla presentazione.

Il *motorsport* ha espresso campioni di razza, ha attratto e creato tanti appassionati, ha visto svolgersi gare di auto e moto molto spesso di carattere internazionale, non di rado addirittura di caratura mondiale nel nostro territorio. Con una storia lunghissima, intensa, vigorosa, spesso gloriosa, iniziata addirittura a fine '800 e che, in questo racconto, arriva fino al 2020. Una storia finora mai raccontata nella sua interezza. Abbiamo voluto ricordare e raccontare e anche celebrare i motori da corsa ad Arezzo e provincia, colorandoli e arricchendoli con tante fotografie ed aneddoti, suddividendo il cammino in vari, significativi capitoli, con una galoppata attraverso oltre centoventi anni di motorsport, in un racconto appassionante e incalzante. Un grande viaggio attraverso i campioni, i nomi più importanti, le gare, le scuderie, gli eventi,

gli episodi, che hanno disegnato l'importante presenza del motorsport nella provincia di Arezzo.

Il Motorsport, a due o quattro ruote, ha sempre avuto un posto ed un ruolo importante, sia a livello sportivo, ma anche sociale ed a livello economico?

Corretto Vezio, colgo l'occasione di riprendere un articolo del 2021 del magazine TOP CLASSICO, dove si indicavano due indicatori medi: le automobili d'epoca più collezionate corrispondono a quelle costruite nel 1967, con un valore che si aggira intorno ai 29.000 euro. Lo rivelava la survey 2020-2021 di Fiva – *Fédération Internationale Vehicules Anciens*, che sondò la scena del collezionismo a livello mondiale.

Sempre da questo sondaggio della FIVA, si conosce qualche dato sul nostro paese?

Le auto che più popolano i garage degli appassionati italiani sono mediamente tre anni più giovani, del 1970, ma valgono più o meno come le loro simili nelle altre parti del globo; percorrono però meno strada: solo 795 km all'anno di media, contro i

1.462 km percorsi nel resto del continente e 1.413 km nel mondo.

Quindi gli Italiani sono più parsimoniosi, o più restii a far viaggiare le auto?

Di fatto all'estero le usano di più anche per viaggi o gite più lunghe. Comunque la parsimonia è importante in quanto l'italiano risparmia più di 1000€ per il suo hobby contro il costo della media estera (quasi 5000€ la media mondiale). Eppure la percentuale dei veicoli immatricolati è più alta in Italia – 95 per cento – che in qualsiasi altra area geografica, dove al massimo la media dei mezzi che possono circolare è dell'81 per cento. La Citroën e la Fiat occupano i primi posti.

Interessante questo sondaggio della FIVA. Altre cose curiose Claudio?

Un'altra differenza clamorosa emersa dalle dichiarazioni dei partecipanti al sondaggio riguarda il grado di originalità dei veicoli, che nel Belpaese con il 92 per cento supera di ben 11 punti percentuali la media mondiale dell'81 per cento. E mentre in Italia solo il 5 per cento dei veicoli necessita un restauro, la media estera è più alta, allineata nei vari

continenti sull'11 per cento.

Prima parlavi di Citroen e Fiat?

Le marche? Da noi, superfluo dirlo, prevalgono Fiat, al primo posto, e Alfa Romeo (Piaggio in testa fra i motocicli). Con uno stacco notevole del Lingotto, che ha il 20 per cento delle storiche possedute dai collezionisti, rispetto al 16 per cento del Biscione. Nel resto del Vecchio Continente si trovano ai primi posti Citroën, MG e Triumph, tutte con una percentuale di presenze ognuna del 7 per cento. Le prime due marche – con la stessa predominanza del 7 per cento per ognuna – sono anche protagoniste nella scena del collezionismo al di fuori dei confini europei.

Nella nostra città gli appassionati di Auto e moto d'Epoca erano soci del Club Saracino, ed anche chi aveva auto importanti comunque trovava nello stare insieme un importante momento di appartenenza, è così anche altrove?

Sì. La ricerca Fiva ha tracciato anche l'identikit del collezionista tipo, evidenziando differenze sostanziali. In primo luogo una marcata differenza fra noi ed il resto del pianeta: l'appassionato italiano è più giovane, ha 56 anni: tre in meno dei suoi

“collegli” nel mondo. È anche più ricco: a quanto pare la media dei suoi guadagni annui è di 60mila euro contro i 57mila di tutti gli altri. È quasi sempre membro di un club (96 per cento) mentre questa appartenenza è meno scontata altrove con una media dell'81 per cento dei soggetti. Anche per quanto riguarda le manifestazioni rimane affezionato alle associazioni e le prende come riferimento, mentre all'estero vengono gettonati di più gli eventi di portata nazionale.

Perchè questo? Ritieni ci sia una differenza nella passione verso il mondo dei motori?

Noi italiani siamo più da *"gas in curva"*, partecipiamo ai raduni (solo il 61 per cento) ma in controtendenza rispetto alle medie straniere del 79 e 78 per cento rispettivamente del mondo e dell'area europea. Siamo invece molto presenti sui Social e sempre dalla ricerca FIVA il 68 per cento degli amanti del motorismo storico in Italia li frequenta, molto più di quanto avviene in Europa, dove sono più forti le raccolte museali, noi amiamo mostrare le nostre bellezze a quattro

ruote.

Claudio grazie, ma prima di lasciarci dicci qualche altra “perla” sui motori

Veziò, non è una perla, ma vuol essere una raccomandazione un problema che sta attanagliando il motorismo in generale è quello del ricambio generazionale. I giovani d'oggi non sono più attratti da questo sport, hanno altri interessi "digitali"... e il problema si ripete anche nel mondo del collezionismo, una volta che viene a mancare il patriarca la prole “passa all'incasso”. Quindi coltiviamo e rispettiamo questo mondo.

BLINK MARINE: qualità e personalizzazione al servizio della nautica e dell'automotive



Con sede a Milano, Blink Marine è stata fondata nel 2001 come azienda specializzata nella produzione di strumentazione di bordo per barche. A partire dal 2009, grazie all'implementazione dei protocolli CANbus su tutti i suoi prodotti, Blink Marine ha iniziato a servire anche il settore automobilistico nonché il motorsport.

Abbiamo intervistato per voi Riccardo Arienti, fondatore e Amministratore Delegato dell'azienda.

1. Qual è stata l'idea dietro la fondazione della sua azienda?

L'azienda è nata nel 2001 come distributore di materiale elettronico per il mercato italiano degli elettrodomestici e degli elettrotensili.

In seguito, abbiamo intravisto una nuova opportunità grazie a un partner americano, il quale ci ha proposto di diventare distributori di pulsantiere per il mercato della nautica da diporto, in Europa e medio oriente.

Abbiamo fin da subito verificato le potenzialità di questo mercato, composto da tanti segmenti (nautica e automotive su tutti). Con il passaggio dal protocollo di comunicazione seriale a quello CANbus siamo stati in grado di inserirci in un mercato ancora più ampio, che in seguito è esploso.

2. Come identificherebbe la "mission" e "vision" aziendale?

La **vision** dell'azienda è quella di diventare riconoscibile sul proprio mercato di nicchia grazie alla qualità e al prezzo dei prodotti offerti. Dopo aver lavorato nel mondo dell'elettrodomestico, dove le aziende sono fortemente influenzate dai prezzi richiesti dai clienti, l'obiettivo è quello di non cedere né ai ribassi dei prezzi né alle guerre competitive. . Questa strategia sta funzionando mercato in cui operiamo

poiché i grandi concorrenti stanno vendendo prodotti personalizzati a un prezzo elevato e si rivolgono a clienti molto grandi, lasciando a noi una significativa libertà di azione.

La **mission** aziendale è invece quella di aumentare la base dei clienti attraverso la loro soddisfazione, mantenendo la flessibilità nella personalizzazione dell'offerta per fidelizzare gli stessi, anche a costo di sostenere eventuali costi aggiuntivi.

Spesso i clienti contribuiscono anche agli investimenti, fornendo risorse finanziarie e tecniche, in particolare modo con riferimento agli aspetti meccanici dello sviluppo dei prodotti.

3. Come funziona il suo modello di business? E quali sono le componenti innovative/differenzianti del suo modello di business rispetto ai competitor?

La strategia aziendale di concentrarsi sui clienti più piccoli si è rivelata essere una scelta vincente, poiché ci ha permesso di offrire prodotti altamente personalizzati



con costi di investimento ridotti.

Inoltre, il tasso di fedeltà (“retention rate”) dei clienti è elevato, il che significa che questi sono soddisfatti dei prodotti e dei servizi offerti dall'azienda e sono disposti a continuare ad acquistare da noi.

La scalabilità della produzione è un altro punto di forza importante: concentrando l'IP nella sede principale e decentralizzando la produzione di elettronica presso terzi, noi siamo in grado di espanderci rapidamente senza dover investire in costose infrastrutture e attrezzature.

Un altro punto chiave del nostro business è la strategia di approvvigionamento, che ci ha permesso non solo di sopravvivere negli ultimi anni, ma anche di crescere. Per ovviare alla cronica scarsità dei componenti elettronici critici, come i



FOCUS

microcontrollori, abbiamo deciso di acquistarli direttamente e in anticipo rispetto alle richieste per i nostri prodotti; questo ci ha consentito di guadagnare quote di mercato a discapito dei nostri concorrenti che non sono stati in grado di consegnare in tempi ragionevoli.

L'agilità del servizio è un altro punto di forza dell'azienda. Abbassando la soglia di quantità minima d'ordine a un solo pezzo, l'azienda è in grado di attirare clienti che desiderano acquistare solo pochi prodotti e che potrebbero essere

scoraggiati da una soglia elevata di minimo d'acquisto.

Inoltre, la velocità e l'agilità del servizio non si limitano alla produzione, ma anche alla risposta rapida al cliente. In caso di ritardi nella consegna, Blink Marine comunica immediatamente con il cliente per trovare insieme una soluzione condivisa.

In sintesi, la strategia di concentrazione sui clienti più piccoli, la scalabilità della produzione, la strategia di approvvigionamento diretto e l'agilità del servizio sono tutti fattori che ci hanno

permesso di crescere.

4. Quali sono le sfide più difficili in cui lei si sta misurando in questi mesi?

Certamente la supply chain presenta difficoltà sia interne (perché la società risulta in crescita e la crescita è sempre difficile da gestire) che esterne (difficoltà nel reperire i componenti di produzione con tempistiche adeguate).

5. Quali sono le prospettive per il suo mercato in Italia e all'estero? E quali sono i principali driver di sviluppo futuro che si attende?

La nostra azienda ha identificato numerose opportunità di crescita, come ad esempio l'espansione in mercati di nicchia come il motorsport, i veicoli speciali e quelli elettrici. Abbiamo già iniziato a cogliere queste opportunità, proponendo i nostri prodotti alle start-up della mobilità elettrica e al mondo del motorsport.

Abbiamo deciso di concentrarci maggiormente sulle vendite in Europa e negli Stati Uniti.

Il mercato italiano non presenta infatti

significativi margini di crescita, e oltre a ciò i clienti italiani tendono a richiedere termini di pagamento molto lunghi. Pertanto, stiamo puntando sulle vendite nel resto d'Europa, dove abbiamo già una consolidata base di clienti fedeli, e negli Stati Uniti, dove il mercato è caratterizzato da ordini più grandi ma con minore visibilità.

In particolare, abbiamo aperto tre anni fa una filiale negli Stati Uniti, a Chicago, che ci consente di avere una presenza più incisiva sul territorio.

Il canale di vendita principale su cui scommettere è comunque il motorsport, in cui puntiamo a vendere ai clienti intermedi, ovvero i produttori di componenti per macchine da corsa. Inoltre, Blink Marine sfrutta anche l'effetto positivo derivante dal vendere i propri prodotti direttamente ai reparti racing delle case automobilistiche come Hyundai, Audi e McLaren, che acquistano volumi piccoli ma agiscono come "cassa di risonanza" per altri clienti più piccoli e meno famosi per il grande pubblico, ma non meno

importanti per noi.

Per quanto riguarda la diversificazione dei prodotti, vediamo un'altra opportunità di crescita sfruttando le caratteristiche dei nostri prodotti per espandersi in nuovi settori, come ad esempio l'automazione industriale e il settore militare.

Questo potrebbe essere un'ottima occasione per la nostra società, che ha dimostrato una forte capacità di innovazione e adattamento alle esigenze dei clienti.

6. Potrebbe farci un cenno sul

panorama competitivo del suo mercato: cosa distingue la sua azienda rispetto alle altre realtà del settore?

Il panorama competitivo ha pochi player. Alcuni risultano essere molto strutturati ed efficienti e si rivolgono in prevalenza a clienti di grandi dimensioni, lasciando ampi margini di manovra alla nostra azienda.

Altri concorrenti sono più simili a Blink Marine ma adottano una strategia che mira a mantenere prezzi bassi con una





qualità inferiore, creando prodotti differenti in base alle richieste dei clienti. Blink Marine, invece, mira a produrre famiglie di prodotti uniformi, caratterizzati da un'elevata qualità.

Nel mondo del motorsport, i concorrenti sono praticamente inesistenti: molti, infatti, realizzano prodotti e pulsantiere troppo diverse per essere considerati dei competitor diretti. Il mercato del motorsport si caratterizza inoltre per essere prevalentemente artigianale basandosi sulla produzione di pochi pezzi di alto valore. Blink Marine si distingue invece per un approccio molto più industriale.

7. Dove vede la sua azienda tra 5 o 10 anni e quali sono le principali linee guida di crescita e di sviluppo futuro?

Prevediamo di raggiungere un fatturato di 20 milioni di euro entro 5-7 anni, grazie soprattutto al mercato americano.

La chiave per il successo consiste nel mantenere uno stretto controllo sulla proprietà intellettuale, evitare di sottoscrivere con i clienti contratti di esclusiva e cercando di accrescere, parallelamente, il numero degli stessi.

Per raggiungere questo obiettivo la visibilità assume un ruolo fondamentale, con ogni nuovo

cliente che rappresenta un'ottima pubblicità per la società, che deve essere tuttavia affiancata dallo stesso servizio di qualità verso i clienti esistenti.

Investiremo inoltre in prodotti personalizzati per soddisfare le richieste del mercato.

Infine, stiamo investendo molto nello sviluppo di pulsantiere CANopen Safety, secondo la regolamentazione europea sulla Direttiva Macchine.

Siamo convinti che questo sforzo ci porterà a un mercato di livello superiore che potrà dare all'azienda un appeal unico.

Per maggiori informazioni:

Sito web: <https://www.blinkmarine.com/>

FOCUS

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.

AUTOMOBILI ESTREMA



Automobili Estrema

Automobili Estrema è una piccola azienda fondata nel 2020 nel cuore della Motor Valley a Modena, con l'obiettivo di creare un nuovo marchio automobilistico italiano di eccellenza e dal design unico, che si occupa della progettazione, ingegnerizzazione e produzione di hypercar e supercar ad emissioni zero utilizzando le ultime tecnologie e materiali compositi leggeri. Il fondatore, Gianfranco Pizzuto, è un pioniere della mobilità elettrica grazie alla sua partecipazione alla fondazione di "Fisker Automotive" nel 2007. Il logo dell'azienda, "Extreme", è stato progettato per combinare elementi grafici che richiamano sia

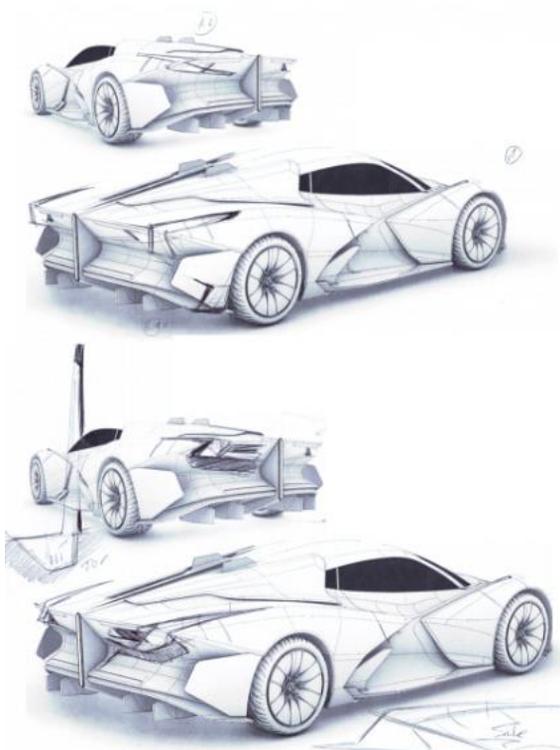
all'innovazione che alla tradizione. In uno scudo di colore azzurro, richiamo agli stemmi del passato, emerge un fulmine con i colori della bandiera italiana che rappresenta la potenza elettrica e la velocità.

La nascita di Automobili Estrema è avvenuta durante la pandemia, in occasione di un workshop in cui si spiegava quali fossero i presupposti per progettare una macchina sportiva completamente elettrica, grazie ad un finanziamento "seed" iniziale di 1.900.000 euro da parte di un gruppo di amici e imprenditori che hanno subito creduto alle potenzialità della società ed alle competenze di Gianfranco Pizzuto. Le prime risorse sono state utilizzate per la creazione dell'azienda

move.ON

e la realizzazione di un primo modello in scala.

Il fondatore e CEO di “Automobili Estrema”, Gianfranco Pizzuto, è un fermo sostenitore della mobilità elettrica, anziché l'idrogeno per motivi legati alla sostenibilità ed alla difficoltà nell'estrazione ritenendo che il mondo sia alla vigilia di una svolta epocale nella mobilità.



Queste motivazioni lo hanno spinto a concentrare le risorse dell'azienda nella creazione di Fulminea, la prima hypercar elettrica di nuova generazione con caratteristiche di racing car, ovvero alte prestazioni combinate con tecnologie all'avanguardia e materiali innovativi, ma con una powertrain full-electric con soluzioni inedite rispetto ai motori endotermici.

L'azienda collabora con diversi partner commerciali e aziende di eccellenza come Epta Design, Est Mobile, Tetra Torino, Ucif Modelli, Pirelli e McLaren.

Overview dell'azienda

Automobili Estrema è un'azienda che progetta, ingegnerizza e produce hypercar e supercar completamente elettriche, di proprietà quasi esclusivamente di Sylvia Bocklitz. Nel 2021, l'Azienda non ha generato ricavi ed ha chiuso l'esercizio con una perdita di 88.000 euro.

move.ON

Tuttavia, la Società ha l'obiettivo di produrre le prime 61 hypercar da vendere a partire dal 2023, ad un prezzo unitario di 1.961.000 euro.

Pizzuto, insieme ai partner, prevede di investire 400 milioni di euro nei prossimi quattro anni. Per sostenere il progetto con i rilevanti investimenti richiesti, Automobili Estrema ha siglato un accordo di fusione con ABEE Technologies, una società di ingegneria fondata nel 2019 dal Professor Noshin Omar e specializzata in tecnologie energetiche per il settore automobilistico e stazionario, compresa la progettazione di sistemi di batterie e l'analisi di fattibilità relativa alla produzione di celle Li-ion di ultima generazione con elettroliti allo stato solido.

La holding di nuova costituzione, denominata "Estrema-ABEE Technologies", avrà il pieno controllo di entrambe le società: "ABEE" ed

"Automobili Estrema". Le attività congiunte si concentreranno sulla produzione di prodotti all'avanguardia nel settore dei veicoli elettrici ad alte prestazioni e sulla produzione di celle per batterie di ultima generazione e sistemi di pacchi batteria, rendendo così Fulminea un laboratorio tecnologico su ruote. La fusione permetterà alle due società di competere meglio a livello internazionale nel settore tecnologico energetico e automobilistico.

Il progetto

Con la condivisione dei progetti già esistenti e di quelli in via di sviluppo congiunto la nuova società sta lavorando ad un progetto ambizioso: la creazione della hypercar "Fulminea".

Si tratta del primo veicolo elettrico ad avere un'omologazione stradale che utilizza un pacco batterie ibrido (novità assoluta), una soluzione innovativa che combina ultra capacitori (super

move.ON



move.ON

condensatori) con celle Li-ion prodotte da ABEE.

Il software BMS ("Battery Management System") che sorregge il progetto è frutto di un concentrato di tecnologie sviluppate inizialmente per la NASA e supportato da un sistema di intelligenza artificiale per migliorare la gestione della batteria. Quest'ultima, molto leggera (300 kg su una massa totale dell'auto di 1.500 kg), ha una densità elevatissima (450 Wh/kg)

superiore a quella delle auto elettriche attuali che si attestano intorno a quota 200 Wh/kg mentre nuove vetture con accumulatori allo stato solido come la NIO ET7 presentano una densità di 360 Wh/kg. La "Fulminea" avrà una potenza di 2.040 cavalli e un'accelerazione 0-320 km/h in meno di 10 secondi, garantendo fino a 520 km di autonomia.

L'hypercar in corso di progettazione sarà costruita con tecnologie e materiali

move.ON

compositi estremamente leggeri, ponendosi come il più veloce laboratorio tecnologico su quattro ruote e posizionandosi come un'importante realtà nel già competitivo mercato dei veicoli elettrici.

Per maggiori informazioni:

Sito web: <https://fulminea.com/>

move.ON



Compliance Update

Compliance updates è la rubrica di e-Konomy che ha come scopo quello di informare rispetto alle principali tematiche e novità inerenti il mondo della compliance.

Decreto “Aiuti quater”: focus sulle misure per le imprese contro il caro energia

Il D.L. 176/2022 “Misure urgenti di sostegno nel settore energetico e di finanza pubblica” conferma le misure per combattere la crisi energetica e introduce la possibilità per le imprese di chiedere di dilazionare, a tasso agevolato, il maggior costo delle bollette.

Il Decreto emanato a novembre prevede crediti d'imposta alle imprese anche sulle spese sostenute nel mese di dicembre 2022 per l'acquisto di energia elettrica e gas naturale. Il decreto riportava lo stesso ammontare dei contributi straordinari già riconosciuti per ottobre e novembre: 40% alle imprese energivore e 30% a quelle non energivore dotate di contatori con potenza pari almeno a 4,5 kW sui costi riferiti alla componente energetica, 40% alle imprese gasivore e a quelle non gasivore sul gas naturale per usi energetici diversi da quelli

termoelettrici. Alle energivore il bonus spetta anche sulla spesa per l'energia prodotta e autoconsumata e a dicembre è determinato con riguardo al prezzo convenzionale dell'energia elettrica pari alla media, relativa anch'essa al mese di dicembre 2022, del prezzo unico nazionale dell'energia.

La Legge di Bilancio 2023, oltre ad aver esteso la misura agevolativa al primo trimestre del nuovo anno, ne ha elevato l'entità: il credito spetta nella misura del 35% (anziché del 30%) alle imprese dotate di contatori con potenza pari almeno a 4,5 kW, diverse dalle energivore, e del 45% (non più del 40%) a tutte le altre, cioè energivore, gasivore e non gasivore.

Il Testo del decreto, entrato in vigore lo scorso 19 novembre 2022, ha subito ulteriori modifiche in fase di conversione.

La versione definitiva, approvata il 13

Compliance Update

gennaio 2023, ha spostato dal 30 giugno al 30 settembre 2023 il termine ultimo per l'utilizzo dei bonus energetici riconosciuti alle imprese per gli acquisti di energia elettrica e di gas naturale effettuati nel mese di dicembre 2022. Con il decreto di conversione di Gennaio 2023 è rimasto invariato l'articolo 3, che già a partire da novembre prevede la possibilità per le imprese di rateizzare gli importi dovuti per i consumi effettuati dal 1° ottobre 2022 al 31 marzo 2023 e fatturati entro il 30 settembre 2023 per la componente energetica di elettricità e gas naturale utilizzato per usi diversi da quelli termoelettrici ed eccedenti l'importo medio contabilizzato, a parità di consumo, nel periodo compreso tra il 1° gennaio e il 31 dicembre 2021. Tale importo potrà essere diviso fino a un massimo di 36 rate. Contestualmente alla possibilità di rateizzare, viene offerta la possibilità alle società fornitrici di richiedere finanziamenti bancari assistiti da garanzia pubblica prestata da Sace

per le esigenze di liquidità derivanti dai Piani di rateizzazioni concessi. La tutela della garanzia statale può essere concessa anche alle imprese di assicurazione autorizzate all'esercizio del ramo crediti e cauzioni, per il 90% degli indennizzi generati dalle esposizioni relative ai crediti vantati dai fornitori di energia elettrica e gas naturale, per effetto dell'inadempimento, da parte dell'impresa, di tutto o parte del debito risultante dai piani di rateizzazione.

Le due agevolazioni previste, Piano di rateizzazione e Credito d'imposta sono alternative: se l'impresa usufruisce della possibilità di rateizzare non può accedere al credito d'imposta e viceversa.

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.

Meeting di lavoro negli USA: come rispettare la business etiquette per avere successo



ExportUSA

Negli Stati Uniti, la preparazione e l'organizzazione sono fattori chiave per un incontro di lavoro di successo. Non esiste una cultura dell'improvvisazione, ma piuttosto un codice specifico per affrontare un incontro con un'azienda, che rispecchia perfettamente le tempistiche, le aspettative e la mentalità della controparte.

Per condurre una trattativa con successo, è fondamentale allinearsi con le modalità di approccio vigenti negli Stati Uniti. La frase "ti chiamo, così ne parliamo" è considerata inaccettabile, poiché per condurre una trattativa è necessario fissare un incontro e definire una scaletta di argomenti precisa.

La pianificazione di una riunione e la preparazione di una presentazione sono elementi chiave che non dovrebbero essere sottovalutati. Le informazioni devono essere chiare, concise e in un inglese corretto.

Per mantenere i rapporti e consolidare i progressi, sarà poi indispensabile inviare una comunicazione riassuntiva per fissare gli elementi salienti e definire delle tempistiche per dar seguito a quanto discusso.

La business etiquette negli Stati Uniti prevede l'utilizzo di un outfit formale, il mantenimento di una distanza di circa un braccio dall'interlocutore e un atteggiamento cordiale. Descrivere il proprio viaggio e la propria esperienza negli Stati Uniti e dare la classica stretta di mano sono elementi utili per rompere il ghiaccio.

Destination USA

Destination USA

Invece, atteggiamenti troppo confidenziali, come la pacca sulla spalla o gli abbracci, e commenti su temi di carattere politico o religioso sono da evitare.

In America, l'educazione e la disciplina sono valori molto importanti, e sovrapporre le voci o utilizzare un tono di voce alto può essere percepito come sintomo di cattiva educazione, indisciplinezza e aggressività. In questo modo, è importante evitare di commettere errori che possano rovinare la prima impressione. In America, non c'è mai un'altra occasione per fare una buona impressione, quindi è fondamentale diventare "americani agli occhi degli americani".

In sintesi, per avere successo in un incontro di lavoro negli Stati Uniti, è necessario essere ben organizzati, preparati e rispettare le norme di etichetta.

Autore

Astra Pagliai, Direttore Operativo

sito internet: www.exportusa.us

News dalle imprese

RISULTATI FERRARI 2022

La Ferrari rappresenta una delle eccellenze italiane nel settore dell'automobile oltre ad essere uno dei brand maggiormente noti al mondo. Negli ultimi anni, l'azienda ha continuato a crescere ed a registrare risultati finanziari straordinari con il 2022 che ha visto il consolidamento di questo trend.

Nel 2022, i ricavi netti sono aumentati del 19,3% rispetto all'anno precedente, raggiungendo i 5,1 miliardi di euro, e l'EBITDA è cresciuta del 15,8%. Questo risultato è stato raggiunto grazie sia all'aumento delle vendite in Europa, Asia e negli Stati Uniti, sia al lancio di nuovi modelli di successo come la SF90 Stradale, la 296 GTB e la Roma. Questo ha portato a un aumento del fatturato e dei profitti, rendendo la Ferrari una delle aziende automobilistiche più redditizie al mondo.

La Ferrari prevede di continuare questo trend nel 2023, stimando di raggiungere 5,7 miliardi di euro di ricavi netti, grazie al lancio di nuovi modelli e al rafforzamento del programma "ad personam", con la creazione di esemplari in edizioni limitate per i Clienti. Il portafoglio ordini include già tutto il 2023 e una parte significativa del 2024.

La Ferrari ha continuato ad investire nello sviluppo di nuove tecnologie per le proprie auto, con l'elettrificazione della gamma (la prima auto elettrica al 100% realizzata dalla Ferrari dovrebbe essere presentata nel 2025) e la trazione integrale, per soddisfare le esigenze dei Clienti e mantenere la propria posizione di leader nel settore. Questi investimenti hanno contribuito a mantenere la competitività della Ferrari sul mercato e a garantire la sua posizione di eccellenza nell'industria automobilistica.

La crescita delle vendite e la forte domanda dimostrano la grande richiesta per le automobili di lusso rendendo la Ferrari una delle aziende più solide e redditizie, come testimonia anche il prezzo delle azioni che è aumentato del 20% durante il 2022, raggiungendo nuovi massimi.



Fonte: <https://www.ilsole24ore.com/art/per-ferrari-2022-record-ricavi-superano-5-miliard-AEXW07IC>

AUDI E FORD IN FORMULA 1 NEL 2026

La Formula Uno si appresta a vivere una grande rivoluzione con l'ingresso di due nuovi costruttori nel 2026: Audi e Ford, in concomitanza con l'entrata in vigore di un nuovo regolamento. Questo cambiamento avrà un impatto significativo sul mondo delle corse, grazie alla riduzione dei costi attraverso la limitazione di alcuni componenti, come i motori, le gomme e l'aerodinamica, ed una maggiore libertà nella progettazione delle vetture per i costruttori.

Audi entrerà nella Formula Uno in partnership con Sauber Group, di cui ha rilevato una quota di minoranza per poi acquisirne la maggioranza nei prossimi tre anni. La casa automobilistica tedesca vanta una lunga storia nel motorsport endurance, con la sua lunga partecipazione alle 24 Ore di Le Mans, in cui ha vinto ben 13 volte dal 2000 al 2014. Ford tornerà invece nella Formula Uno fornendo i propulsori per la Red Bull Racing, con l'obiettivo di dimostrare la capacità di sviluppare propulsori ad alte prestazioni e tecnologicamente avanzati. L'ingresso di Audi e Ford nella Formula Uno rappresenta un passo in avanti significativo per la competizione e per l'intera industria automobilistica con una spinta allo sviluppo di nuove tecnologie sostenibili.

Il nuovo regolamento e l'ingresso di Audi e Ford renderanno le corse più emozionanti per il pubblico, creando una sfida per i team esistenti e aumentando la qualità e l'interesse per la Formula Uno. Questa rivoluzione porterà un nuovo livello di tecnologia, competizione e intrattenimento per il pubblico e gli appassionati di motorsport in tutto il mondo.

Inoltre, l'ingresso di Audi e Ford nella Formula Uno rappresenterà un'opportunità per l'industria automobilistica di dimostrare la propria capacità di sviluppare veicoli ad alte prestazioni che siano anche sostenibili e rispettosi dell'ambiente. La Formula Uno potrà così diventare una piattaforma per l'innovazione e il progresso tecnologico, non solo nel mondo delle corse, ma anche nell'industria automobilistica in generale. L'entrata di Audi e Ford nella Formula Uno rappresenta quindi un'occasione unica per l'evoluzione del Motorsport.



Fonte: <https://www.ilsole24ore.com/art/formula-1-grandi-manovre-i-costruttori-audi-e-ford-prima-fila-AEpfqGC>

RISULTATI FERRETTI E DUAL LISTING

Ferretti è uno dei leader nel settore della nautica di lusso con risultati record nel 2022. Nei primi nove mesi del 2022, l'azienda ha registrato un fatturato record di 780 milioni di euro, segnando un aumento del 16,5% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente ed ha un order backlog di 1,4 miliardi di euro. Questo successo è stato guidato da una serie di fattori, tra cui un aumento della domanda per le vacanze in mare da parte di un crescente numero di HNWI in mercati emergenti come Asia e America Latina. Per Ferretti, l'Asia rimane un mercato strategico dall'elevato potenziale di crescita con una forte domanda di prodotti di lusso Made in Italy.

Il successo e la crescita di Ferretti Yachts sono attribuibili sia alla vasta gamma di yacht prodotti - Ferretti controlla infatti marchi prestigiosi come Wally, Ferretti Yachts, Pershing, Itama, Riva, CRN e Custom Line - sia alla costante spinta innovativa dell'azienda. Nel corso degli anni, Ferretti ha continuato infatti ad investire in nuove tecnologie e nella ricerca e sviluppo per la realizzazione di yacht di lusso sempre più avanzati e con una crescente attenzione all'efficienza energetica ed ai consumi.

Questi risultati hanno spinto il Management della Società ad intraprendere il percorso per il dual listing alla Borsa di Milano, dopo la quotazione alla Borsa di Hong Kong avvenuta nel marzo 2022. Il debutto è atteso entro la prima metà del 2023, con il coinvolgimento di investitori istituzionali come PIF (Fondo Sovrano dell'Arabia Saudita) che hanno già dimostrato un grande interesse per la società. La quotazione di Ferretti alla Borsa di Milano potrebbe anche portare alla creazione di un comparto azionario specifico a Piazza Affari, grazie alla presenza di altri operatori come Sanlorenzo, The Italian Sea Group e Bellini Nautica, consolidando il posizionamento della nautica di lusso italiana che è leader in tutto il mondo.



Fonte: <https://www.milanofinanza.it/news/ferretti-stringe-sul-dual-listing-a-milano-202302061442435584>