

e-KONomy

RACCONTARE L'IMPRESA PER CRESCERE



**SAPONI NESTI DANTE,
Naturale, 100% biodegradabile e MADE IN ITALY**

[Pagina 5](#)

TechVoices

Workplace Management nell'era digitale: come garantire un ambiente di lavoro smart

[Pagina 14](#)

Destination USA

Stati Uniti e Unione europea: una relazione commerciale del valore di 1 Trillione di dollari,

[Pagina 17](#)

Editoriale

Gli Engagements della Fondazione Kon

[pagina 2](#)

move.ON

ZBX, Blockchain Smart Solution

[Pagina 9](#)

Doing Business In Romania

L'attrattività della Romania come Paese di destinazione per gli investimenti

[Pagina 21](#)

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
www.lamerchant.it



Editoriale_

Gli Engagements della Fondazione Kon

di Vezio Manneschi



La filantropia strategica odierna, molto vicina alla cultura anglo-sassone, presenta una politica di investimento che non si riflette esclusivamente nella modalità operativa di intervento, ma nella **volontà di concorrere proattivamente al dibattito pubblico in merito ad aspetti rilevanti per la nostra società**. Quindi capitali privati destinati a scopi collettivi e una proficua dialettica fra pubblico e privato in settori rilevanti e la **Fondazione KON operando sui territori è già stata in grado di portare conoscenza dei problemi e capacità implementativa di soluzioni efficaci**.

Stabilito che i mezzi finanziari a disposizione delle Fondazioni non sono costituiti solo da donazioni, ma includono una grande varietà

di strumenti, sempre più utilizzati (prestiti, partecipazioni azionarie, garanzie, emissioni di titoli a reddito fisso ecc) e che **il loro lavoro non è incompatibile con il profitto**, la Fondazione Kon potrebbe anche essere un **philantropy advisor**, un mediatore professionista che potrebbe aiutare l'avanzamento della conoscenza ed il miglioramento della qualità della vita delle persone.

Oggi sempre più il **senso civico nutre ed alimenta la forza della collettività** infatti rappresenta l'insieme di organizzazioni, tra cui quelle del Terzo Settore innanzitutto, e quindi l'interesse individuale, inteso correttamente, non può essere separato dal bene di tutti, **quindi si scopre che tra agire da filantropi ed essere "civic" non c'è una grande differenza**. L'**agire filantropico** deve sostenere la vita sociale, ne fa parte e le assicura consistenza. **Non è l'esercizio caritatevole di una minoranza abbiente, ma il modo con cui una comunità stabilisce quali sono i legami che la tengono insieme**. Ci si dovrà impegnare per creare **reti sociali** superando la

filantropia di pura erogazione **creando una vera imprenditoria sociale**. Su questo impegno di nuovo Civismo dovrà trovare il suo spazio la nostra Fondazione.

Non solo la filantropia, **ma anche la sostenibilità** è molto importante e già si registrano molti asset under management rispondenti ai **criteri SRI (*sustainable and responsible investment*)** inoltre grazie poi all'**impact investing** si scelgono attività che generano, oltre al rendimento finanziario, anche un impatto sociale positivo e misurabile. Crediamo che se una Fondazione come la nostra fosse in grado di creare **strumenti proprietari per il monitoraggio e la valutazione delle performance ESG** (tenendo conto anche delle nuove tecnologie, come l'**intelligenza artificiale**) si potrebbero comprendere ed analizzare i dati non strutturati provenienti da una pluralità di fonti, dando una forte mano allo **sviluppo di obbligazioni destinate ad avere un impatto sociale positivo**.

Molti investitori sono quindi sempre più consapevoli di tali fattori e sempre più vogliono usare i propri soldi a fin di bene

ragionando su **nuove declinazioni di generosità**. La Fondazione Kon può entrare ed essere attore in questo percorso evolutivo perchè ha ben chiara, grazie alla propria capacità dello scambio competenze/servizi che può fare la differenza nell'ambito sociale, **la combinazione dell'analisi dei bisogni e dell'azione filantropica**.

Per concludere poichè sarà sempre più forte **il concetto di cambiamento sociale, in cui tutti possono essere protagonisti**, indipendentemente dai mezzi, per il miglioramento della qualità di vita della comunità, a nostro avviso i futuri engagements della Nostra Fondazione saranno quelli di **creare una rete di aziende responsabili** perchè possano assumere un ruolo forte e di stimolo nell'intervento sociale (di fatto è quello che facciamo noi fondatori della nostra Fondazione: il give back). Essere più attivi con il web e con i social in quanto potremmo avere a disposizione una quantità incredibile di informazioni, ad una velocità impensabile, quindi charity attraverso **tecnologia, social**

media e crowdfunding. Inoltre sviluppare una **policy analysis per favorire il miglioramento delle pratiche di enti pubblici** a favore del benessere sociale: progetti di medio-lungo termine in grado di crescere ed autosostenersi. E per concludere la **creazione di fondi operativi filantropici di investimento** attraverso i quali la Nostra Fondazione andrebbe ad aiutare i Donors sollevandoli dalla gestione amministrativa di cui dovrebbero occuparsi se istituissero una loro fondazione.

Ma non dimentichiamo però la volontà del filantropo che è quella di verificare se attraverso il suo operare si sia generato un cambiamento sociale, quindi non sono importanti solo le risorse di tipo monetario per generare il cambiamento sociale, bensì le capacità organizzative, consulenziali e tecniche per la "messa a terra" del progetto. Spetta a noi, la Fondazione KON, grazie al Gruppo che ha alle spalle, realizzare una piattaforma di servizi per la gestione in conto terzi per la realizzazione di attività filantropiche.



SAPONI NESTI DANTE

With love and care

«Il sapone Nesti Dante è prodotto con il metodo tradizionale di saponificazione in caldaia. Lo facciamo con amore e cura dal 1947.» Questo lungo processo garantisce un sapone compatto, liscio, rifinito nei dettagli e che dura più a lungo. Il Sapone Naturale Nesti Dante è privo di solfati, parabeni, tensioattivi sintetici e olii minerali. Non contiene EDTA. Vegan friendly, non contiene ingredienti di origine animale.

Naturale e biodegradabile. Preparato a Firenze con amore e cura dal 1947 e apprezzato in più di settanta paesi nel mondo, dalla piccola isola nel Pacifico di Guam dove è distribuito nel settore *prestige*, Liberty a Londra, Gallerie Lafayette a Parigi, El Corte Inglés in Spagna, Bosco Dei Ciliegi in Russia, Mitsukoshi in Giappone, Royal Paragon a Bangkok. In Italia è disponibile alla

Rinascente, Eataly, Coin e selezionati punti vendita. L'azienda è tutta italiana e gestita al 100% dalla famiglia Nesti giunta alla terza generazione.

Tutto ebbe inizio nel secondo dopo guerra quando il giovane Dante avviò questa attività tutta sua. Presto comprò un pezzo di terra accanto alla propria casa e già nel 1947 la sua iniziativa era diventata una solida azienda iscritta alla Camera di Commercio di Firenze. Oggi il Saponificio Nesti Dante è uno dei maggiori stabilimenti europei per la

Famiglia Nesti – Seconda, terza a quarta generazione



produzione di sapone con il metodo di saponificazione in caldaia ed è fieramente diretta dalla seconda e terza generazione che ha fatto suo il motto del fondatore: «Noi lavoreremo sempre non per essere i più grandi ma per essere i migliori». La fabbrica oggi si compone di un complesso industriale di 12.000 mq coperti, saponificazione con metodo classico in caldaia, capacità giornaliera di produzione di 35 tonnellate di sapone di alta qualità, capacità giornaliera di confezionamento di 250.000 saponette, addizionale produzione di sapone liquido e in polvere, certificazione Italiana di Qualità ed infine attenzione alla sostenibilità etica e ambientale.

Intervista a Laura Nesti - General Manager dell'azienda

Rispetto al principio, come sono evolute le linee di prodotti e quali sono oggi i prodotti più simbolici?

«Nel 1947 fu fondata l'azienda di produzione di Saponi Nesti Dante, con iscrizione alla Camera di Commercio di Firenze. . Poi alla guida dell'azienda è subentrato il figlio Roberto Nesti, grande

grande cultore della qualità e dell'evoluzione dei processi produttivi. Impulso significativo in chiave di Marketing e di International business è dato, da circa una quindicina di anni, dalla giovane figlia Carolina, creatrice di tutto l'affascinante pack design delle bellissime linee di Saponi (ed altri prodotti) che sono esposte nel mondo al top della distribuzione selettiva. Siamo alla terza generazione, impegnata «con amore e cura» nello sviluppo di prodotti meravigliosi. E tra pochi decenni anche la quarta generazione (i deliziosi figli di Carolina) scenderà in campo.»

Il metodo e tecnica di lavorazione vi contraddistinguono.

In cosa consiste?

«L'evoluzione del processo produttivo, con enorme attenzione alla qualità, ha



fatto passi da gigante. Utilizzo di materie prime nobili e selezionate di prima qualità (che trovano spesso impiego nell'industria alimentare); olii vegetali da piantagioni ecosostenibili e rinnovabili; non utilizzo di EDTA; vegan friendly; non si utilizzano ingredienti di origine animale; incarto completamente riciclabile. Molti fornitori di saponi aggiungono semplicemente profumo e colore ai trucioli che acquistano prevalentemente dal Far East, prodotti con acidi grassi, frazione povera dell'intera molecola e, ovviamente, più economico ma con inferiori proprietà qualitative. Nesti produce i suoi trucioli di sapone a partire da oli di prima qualità, molto ricchi di proprietà poiché la molecola è intera e pura. Processo di ebollizione di queste materie prime (= saponificazione a caldo) in grandi calderoni con il metodo tradizionale di saponificazione per 4 giorni, per ottenere una base di sapone perfetta, priva di impurità. Sono necessarie 24 ore di «riposo» in modo che le impurità e la glicerina in eccesso cadano e

vengano eliminate: verrà utilizzato solo il «TOP» del calderone. Questo lungo processo consente a Nesti di controllare l'intero procedimento di saponificazione per ottenere trucioli di sapone di alta qualità, mentre la maggior parte dei saponi sul mercato sono prodotti trasformando i trucioli del Far East, che sono saponificati in «continuo» e senza rimuovere le impurità e l'eccesso delle acque di glicerolo. La rimozione delle impurità e delle acque di glicerolo garantisce due vantaggi: a) non fa evaporare l'acqua e non toglie il profumo; b) una volta messo il sapone nel portasapone, non fa «poltiglia», come fanno normalmente altri saponi. I saponi Nesti sono laminati 3 volte (tripla fresatura) per mezzo di una macchina realizzata in acciaio inossidabile. Questo processo produttivo consente di ottenere un alto livello di raffinazione, con finitura perfetta, liscia ed uniforme: senza impurità, rispetto agli altri saponi. Laboratori e Stabilimento sono ubicati a San Donnino, nelle vicinanze di Firenze.»

Una panoramica sul mercato di riferimento: verso che direzione verde?

«I prodotti Nesti Dante sono attualmente presenti in circa 70 Paesi con distribuzione selettiva. La riconosciuta qualità, l'eleganza e la classe del design Sono gli elementi cardine che determinano grande successo e fedeltà dei Consumatori, che continuano a solidificarsi nel tempo.»



In ottica futura, quali sono i progetti prospettati?

«L'ottica attuale e futura è la costante attenzione agli aspetti ambientali come ad esempio: impianti di produzione con utilizzo di ricircolo acqua; energie rinnovabili, uso del fotovoltaico;

attenzione ad aspetti ecologici, riducendo l'uso della plastica quasi a zero. Continuerà ovviamente lo sviluppo prodotti nuovi, in aggiunta ai saponi, già iniziato con body creams, essence de parfum, room diffusers, perfumed candles. Il tutto con l'obiettivo di qualità massima. Nel rispetto del claim del Fondatore Dante Nesti: «Noi lavoriamo non per essere i più grandi ma per essere i migliori».

Per maggiori informazioni:

E-mail:
info@nestidante.com

Sito web:
<http://www.nestidante.com>

move.ON

Chi, come e-KONomy, vuole occuparsi dell'economia che cresce, non può assolutamente dimenticare l'economia che nasce ovvero l'idea di riporre fiducia nel futuro con la convinzione che è necessario andare avanti in modo proattivo innovando sempre. Così, all'interno di questa apposita rubrica intitolata «move.ON», ci occuperemo di start up ed incubatori e racconteremo storie e personaggi, sogni ed obiettivi, difficoltà e sfide. Tutto ciò è stato reso possibile dalla collaborazione con importanti incubatori ed acceleratori che, appunto, ci aiuteranno nel racconto delle storie aziendali che animeranno la rubrica.

ZBX, Blockchain Smart Solution



ZEROBANKS è un progetto di **B-ZERO Srl, startup innovativa costituita a fine 2018** dalle intuizioni visionarie ma dalle ambizioni concrete. La manifestazione moderna di un disegno utopico, nel quale si promuove il benessere attraverso la libertà e la prosperità di ogni individuo all'interno del proprio tessuto sociale, delineato con il sostegno di Confcommercio Trentino: la controllata SEAC S.p.A. detiene il 35% delle quote dell'azienda promotrice, B-ZERO Srl.

Il progetto ZEROBANKS si propone di divulgare e di consentire l'accesso di privati ed aziende ad un nuovo modello di

economia, di gestione degli scambi di informazioni e di moneta. Un nuovo paradigma per generare commercio. Un sistema decentralizzato, efficiente, sicuro, trasparente ed al contempo garante della privacy dove ognuno torna realmente padrone del proprio denaro, col quale operare finalmente in libertà, in piena tutela nell'utilizzo dei propri dati personali, senza limitazioni imposte da terzi. Si sta sviluppando una nuova dottrina finanziaria basata sulla tecnologia Blockchain, sull'uso degli smartphone, plasmata sulle esigenze delle smart cities per la creazione di un network d'impresa con cui rivoluzionare l'attuale sistema economico.

ZEROBANKS è un generatore di opportunità trasversali che ha quale

move.ON

target principale l'azienda e le Pubbliche Amministrazioni, ma è in grado di coinvolgere il cliente privato in un mondo fatto di strumenti e servizi innovativi, un mondo dove ciascuno è padrone delle proprie risorse economiche.

ZBX Blockchain Smart Solutions è il brand commerciale dell'azienda: una delle primissime blockchain company, già ora in grado di offrire servizi decentralizzati e alternativi a quelli tradizionalmente erogati da soggetti istituzionali, per lo sviluppo di una Smart Economy.

La fioritura della tecnologia Blockchain e delle criptovalute ha ispirato i nuovi pionieri dell'imprenditoria. Queste tecnologie hanno spalancato porte precedentemente serrate. Con le loro caratteristiche, mai viste nella Storia dell'umanità, hanno trovato lo slancio per compiere un'impresa senza precedenti: creare una Zero Economy! Come? ZBX, in collaborazione

con importanti partner istituzionali, si propone di utilizzare queste nuove tecnologie per offrire servizi e strumenti alternativi a quelli degli ordinari Istituti di Credito ed altri soggetti istituzionali, restituendo alle classi consumatrici indipendenza economica e un reale sostegno nello sviluppo dell'imprenditoria, con particolare riguardo a quella locale. Alcuni servizi e strumenti già operativi o in fase di sviluppo:

- notarizzazione su Blockchain
- operazioni OTC certificate in crittovalute
- split capital increase
- tracciabilità delle catene produttive
- true Smart Contract
- token del Commercio e del Turismo

Il mondo spinge verso la Blockchain, la Comunità Europea ha stanziato quasi 400 milioni per lo sviluppo di questa tecnologia e il nostro Governo ha costituito un gruppo

move.ON

di esperti a sostegno del Ministero dello Sviluppo Economico (MISE) per introdurre il concetto di Distributed Ledger Technologies (al quale la Blockchain appartiene) nell'ordinamento italiano, riconoscendo ad esse il potere di conferire valore giuridico alle informazioni in essi caricati. Recentemente il Presidente della Consob ha ribadito l'importanza della Blockchain ai fini della tutela dei consumatori ed ha promesso l'adozione della tecnologia da parte dell'Istituto di Vigilanza. Prima ancora di questo riconoscimento è arrivato quello del Parlamento grazie alla Legge 12 del 11Febbraio 2019. Attualmente la società è impegnata nello sviluppo, produzione e commercializzazione dell'innovativo servizio "Notarify – Il tuo notaio digitale", sviluppato in collaborazione con SEAC s.p.a. e Confcommercio, con il quale è possibile proteggere, con l'upload di un file, idee, progetti e la proprietà

Intellettuale e dare valore ad atti e documenti. Notarify è la prima piattaforma che consente la registrazione di file su Blockchain. Si rivolge ai professionisti, ma anche a progettisti e designer, aziende e privati per attribuire valore legale e dare una prova di esistenza ad un atto, un documento, un accordo e per proteggere la proprietà intellettuale. Si avvale del potente engine Zerochain, una base solida anche per la futura implementazione di servizi di tracciabilità della catena produttiva e per generazione di Smart Contract. Notarify consente di mettere in sicurezza e tutelare le idee, i progetti, gli atti e documenti. Notarify è un servizio di notarizzazione GDPR compliant, sicuro, veloce, semplice ed economico per documenti, immagini e persino video. Garantisce l'immutabilità dei contenuti, apponendo altresì una marca temporale con l'intento, dunque, di conferire valore giuridico ad ogni file da te caricato. La

move.ON

move.ON

Blockchain è la migliore “proof of existence” (prova di esistenza) di sempre e grazie al nostro sistema su due layer è facile e sicuro usarla per dematerializzare e conservare archivi, attribuendo ad essi una prova inalterabile della loro data di registrazione e del loro contenuto. Notarify può essere usato da qualsiasi computer, tablet e smartphone, inoltre le certificazioni elaborate sono sempre accessibili e condivisibili dalla tua PEC/email, grazie ad un semplice inoltro, con la serenità che le informazioni non possano essere modificate.

La piattaforma è già operativa: in questo momento la stanno usando in prevalenza Avvocati e Commercialisti. L'obiettivo è di accelerare la penetrazione nel mondo dei professionisti, entrare in quello delle Grandi Imprese, e concludere contratti con aziende internazionali per assumere una posizione di leadership di mercato.

Quali situazioni potrebbero complicare il progetto? Se l'ordinamento giuridico vietasse l'uso della Blockchain?

L'ordinamento giuridico ha appena riconosciuto la Blockchain, non avrebbe molto senso che ora ne vietasse l'adozione. Oltretutto sono stati stanziati numerosi finanziamenti per lo sviluppo della tecnologia e molte grandi aziende ne stanno beneficiando. Improbabile che un Governo non si curi dei danni che farebbe a colossi come Microsoft, IBM, Carrefour ed infiniti altri. Infine, ci sono enti statali che hanno investito centinaia di milioni di euro sulla creazione di blockchain, come Siachain di SIA (la società informatica controllata da Cassa Depositi e Prestiti).

Se un grande player, come Amazon o Google, entrasse nel mercato con servizi analoghi a quelli di ZBX?

Al momento non c'è alcuna notizia in merito. In genere queste compagnie

move.ON

Tabella comparativa e servizi a confronto

	PEC	MARCHE TEMPORALI	NOTARIFY
01. Data Certa	Sì, solo dell'invio	Sì, anche del contenuto	Sì, anche del contenuto
02. Immutabilità	No, il contenuto può essere alterato e non costituisce prova di esistenza	No, il contenuto può essere alterato	Sì, costituisce prova di esistenza
03. Accessibilità	Sì, da qualunque dispositivo	No, in genere no custodia	Sì, da qualunque dispositivo
04. Efficienza	No, archiviazione dei file non catalogabile	No, in genere no custodia	Sì, archiviazione dei file catalogabile
05. Resilienza	No, non resiste ad attacchi	No, in genere no custodia	Sì, resiste a qualunque attacco
06. Tracciabilità	No, le transazioni non possono essere tracciate	No, le transazioni non possono essere tracciate	Sì, le transazioni sono tracciabili e verificabili
07. Privacy	Sì, ma violabile	No, non sempre viene erogato un servizio di custodia	Sì, inviolabile
08. Durata	Sì, ma a scadenza	Sì, l'effetto è potenzialmente eterno (ma non l'archiviazione)	Sì, potenzialmente eterno
MEDIA PER UTILIZZO	Solo ad abbonamenti annui dalla capacità di archiviazione media di 1GB	E. 5,50*	E. 5,00

move.ON

acquisiscono tecnologia da aziende che l'hanno già testata e stanno facendo business. È più facile immaginare che, in caso di successo del progetto, la stessa BZERO Srl divenga oggetto d'interesse da parte di codeste.

Il nostro target principale è rete distributiva, clienti fidelizzati che hanno interesse a mantenere un rapporto con la stessa, alcuni per vincoli contrattuali e logiche di sistema.

Per maggiori informazioni:

Federico Monti:
CEO & Founder

E-mail: ceo@federicomonti.it
Sito web: www.zbxitalia.it



TECH VOICES

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

Workplace Management nell'era digitale: come garantire un ambiente di lavoro smart

La digitalizzazione e l'avvento della mobility non solo hanno il merito di ottimizzare i processi e restituire nuova efficienza all'organizzazione aziendale, con indubbi vantaggi in termini finanziari, ma permettono anche di creare nuove modalità di lavoro flessibile e intelligente. Tuttavia, il cosiddetto Smart Working ha il rovescio della medaglia: poiché comporta la connessione alla rete e alle risorse aziendali di una miriade di nuovi dispositivi, genera infatti complessità di gestione e rischi legati alla sicurezza. Ecco quindi che vanno implementate regole e tecnologie per il Workplace Management, con l'alternativa più conveniente di ricorrere ai servizi gestiti per la gestione dei device.

Smart Working: cos'è e quali sono i benefici?

Sintetizzando, lo Smart Working è un nuovo modello organizzativo che grazie alle tecnologie della Digital Transformation (smartphone, tablet, laptop, strumenti di collaboration, applicazioni di file sharing, cloud computing) permette una migliore gestione del tempo e degli spazi lavorativi, consentendo di svolgere molte attività da remoto e cooperare con i colleghi a dispetto delle distanze geografiche. Il fenomeno, ormai lontano dall'essere semplicemente uno slogan per sviluppare l'engagement delle risorse interne e attrarre nuovi talenti, oggi è ampiamente diffuso in virtù dei benefici ottenibili: migliore collaborazione, taglio delle spese, accelerazione delle attività, dipendenti più contenti e responsabilizzati. In particolare, grazie alle nuove tecnologie

TECH VOICES

che offrono un accesso anytime-anywhere alle informazioni e alle applicazioni aziendali, aumenta significativamente la produttività individuale e collettiva, con vantaggi anche sotto il profilo delle trasferte (che diminuiscono grazie alla possibilità di videochiamate e meeting virtuali) e degli spazi di lavoro (che vengono ridimensionati e razionalizzati).

Proliferare di dispositivi e complessità di gestione

Insomma, nel nuovo scenario il professionista ha letteralmente a portata di mano tutte le informazioni e gli strumenti necessari per svolgere la propria attività in autonomia e indipendentemente dalla postazione lavorativa. Ma questa libertà potrebbe compromettere la sicurezza degli asset informativi aziendali se lasciata senza

controllo e priva di una solida strategia di Workplace Management alla base. Il proliferare di dispositivi mobili che chiedono accesso alle risorse dell'organizzazione (network locali, documenti con informazioni sensibili, applicazioni business-critical) potrebbe generare nuove vulnerabilità, aprendo breccie per gli attacchi hacker e aumentando il rischio di furto o perdita dei dati. I pericoli aumentano sulla spinta del Bring Your Own Device, la pratica ormai comune di utilizzare il proprio dispositivo personale per l'attività lavorativa. Ecco perché si rivela indispensabile l'adozione di tecnologie per il Mobile Device Management che permettono la gestione e il controllo centralizzato di tutto il parco dei dispositivi con accesso alle risorse IT aziendali. Queste soluzioni garantiscono

il monitoraggio degli accessi e delle identità, gli aggiornamenti software, il blocco da remoto in caso di furto o perdita del dispositivo, la separazione tra spazio lavorativo e privato all'interno dei device personali.

Come i Managed Services possono migliorare il Workplace Management

La delega ad un Managed Services Provider di tutte le attività legate all'acquisto, al funzionamento e alla manutenzione dei dispositivi assicura molteplici vantaggi: innanzitutto la garanzia di avere a disposizione personale competente per tutte le operazioni di assistenza in modalità 24/7, dispensando il team IT aziendale dalle mansioni routinarie così da dedicarsi a compiti di più alto profilo. L'azienda cliente ha la possibilità di interfacciarsi con un unico interlocutore

- il Managed Service Provider, appunto - che funge da tramite rispetto alla pluralità dei vendor (che forniscono i dispositivi o le applicazioni) e degli operatori di telefonia. Il ricorso a soluzioni gestite porta ovviamente benefici anche in termini di risparmio economico: trattandosi di servizi personalizzabili ed erogati dietro il pagamento di un canone periodico, è possibile calibrare perfettamente la prestazione sulle effettive necessità aziendali, evitando così gli sprechi.

Per maggiori informazioni

Simone Venezia
Consulente Tecnico
Specialista in TT
Tecnosistemi



E-mail: promo@tecnosistemi.com

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

Destination USA

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



Stati Uniti e Unione europea: una relazione commerciale del valore di 1 Trilione di dollari, a cura di Anna Breda, EU Affairs Coordinator di Export USA

Con oltre 3 miliardi di dollari di scambi bilaterali, UE e Stati Uniti contano 830 milioni di Cittadini: quasi il 50% del PIL globale: *«Un'occasione imperdibile per le PMI desiderose di espandersi, con successo, fuori dai confini europei»* afferma Lucio Miranda, Presidente di ExportUSA New York Corp. La società ha recentemente aperto un ufficio per le relazioni con l'Unione europea a Bruxelles per lavorare, di concerto con le istituzioni, alla definizione di nuove azioni tese a migliorare i rapporti commerciali tra le PMI europee e Stati Uniti. Il 2019 è stato un anno di forte crescita per l'economia americana, con il livello di disoccupazione ai minimi storici e l'inflazione sotto controllo.

Ma quali sono i settori dove le PMI dell'UE, intenzionate a esportare negli Stati Uniti, possono puntare nel 2020? Di seguito, quanto discusso nell'ambito

della Conferenza *«Updating the EU-US Trade Dialogue»*, organizzata da ExportUSA, presso il Parlamento europeo.

Iniziamo da un settore molto promettente: Le infrastrutture

Il piano di Trump prevede *investimenti* per un trilione di dollari in dieci anni. Sulla scia di questo piano, i fondi di investimento privati specializzati in investimenti infrastrutturali hanno già accolto 460 miliardi di dollari pronti a finanziare queste opere. Perché?

«Perché il rinnovo di tutte queste infrastrutture richiederà una serie di beni industriali come macchine e macchinari industriali, che tuttavia gli Stati Uniti non hanno. Ne hanno una parte, ma il programma di rinnovo è talmente massivo che l'unico modo per far fronte a tutta questa serie di lavori è di importare macchinari. In questo senso

Destination USA

*l'Europa è in pole position per riuscire a fornire alle aziende americane i macchinari e i beni industriali di cui necessitano». Questo piano di rinnovo delle infrastrutture è già iniziato. Diverse produzioni - che prima erano state spostate completamente in Cina - stanno ritornando in America - il cosiddetto fenomeno del **re-shoring** - per cui riportare la produzione in America vuol dire che si ha bisogno di macchinari, impiantistica, beni industriali e quindi una parte di questa domanda si tramuterà in import, per cui secondo ExportUSA, la parte del leone nei prossimi anni la faranno questi settori.*



Il Mercato Immobiliare. Acquistare un appartamento negli Stati Uniti può rivelarsi un vero affare.

La resa degli investimenti immobiliari sta salendo in quelle aree degli Stati Uniti dove l'economia sta crescendo grazie a nuovi insediamenti industriali. serve naturalmente selezionare con cura le zone dove investire, ma rendimenti netti del 7% - 8% non sono rari, anche in funzione della possibilità di poter dedurre gli ammortamenti, che per gli immobili residenziali sono su un arco di 27 anni e mezzo.

La ristorazione, un settore che non conosce crisi negli USA.

In uno scenario di piena occupazione e di continua espansione economica, aprire un ristorante (pizzeria, fast casual, microristorante, ristorante mono prodotto) è un'ottima idea a patto di scegliere bene la zona e di avere le idee chiare sul concept di ristorazione da realizzare. «Non dobbiamo pensare - aggiunge Lucio Miranda - che gli Stati Uniti siano solo New York, Miami o Los Angeles. «Prima di entrare in un mercato vasto e complicato come quello

Destination USA

americano, occorre studiare la strategia e scegliere accuratamente dove investire. Gli Stati Uniti sono un mercato in forte espansione e aperto, ma con una concorrenza spietata. Un mercato nel quale non si può improvvisare, con differenze abissali tra un territorio e l'altro».



Tutti i mercati esteri necessitano di una strategia di comunicazione: gli USA di più.

L'investimento più importante per avere successo in America, è calarsi nella mentalità USA, e comprendere le aspettative dei consumatori e del mercato: estremamente vario, ed estremamente vasto. «*La mentalità è quella che ti fa vedere la spesa come un*

investimento, quella che ti fa capire che per andare in America – un mercato grande tanto quanto l'Europa - devi capire che non lo puoi conquistare in sei mesi. Se ci sono voluti decenni per la tua azienda storica di terza generazione per affermarsi in Europa, cosa ti fa pensare che ci vorrà poco tempo per stabilirti con successo in USA?»

Sostiene il Presidente di ExportUSA. Un altro importante concetto da comprendere è che, rispetto agli anni 70, la situazione globale dei mercati è nettamente cambiata quando la potenza cinese ancora non esisteva e c'era una forte differenziazione tra le aziende. Adesso i ritmi sono nettamente cambiati la concorrenza è spietata e la *comunicazione* è il vero investimento affinché le imprese possano differenziarsi. Oltre alle imprese, sono cambiati anche i consumatori: oggi abituati a lavorare online. Bisogna sposare quindi nuove tattiche, soprattutto sul WEB.

Destination USA

Oltre alle imprese, sono cambiati anche i consumatori: oggi abituati a lavorare online. Bisogna sposare quindi nuove tattiche, soprattutto sul WEB.



«Questa è la colonna portante del riuscire ad entrare con successo in un nuovo mercato, dopo possiamo parlare di tutto il resto. Possiamo parlare di technicalità della tassazione, delle pratiche di importazione, del marketing, dei visti e di tutto il resto, ma se prima non c'è questa accettazione consapevole ed entusiastica dei modi di fare altrui, penso che sia difficile far strada. È questo lo sforzo per riuscire: riuscire ad avere orizzonti nuovi».

Conclude Lucio Miranda, presidente di ExportUSA New York Corp.

Per maggiori informazioni

Anna Breda
EU Affairs Coordinator



ExportUSA
Ufficio di Brussels, Belgium
113 Avenue Henri Jaspar
Brussels, Belgium 1060
tel: +32 474 755505
a.breda@exportusa.us

www.exportusa.us

Doing Business In Romania

Doing Business In è la nuova rubrica di e-KONomy che nasce con l'obiettivo di focalizzarsi sulle possibilità/opportunità di business in Paesi che presentano un alto livello di attrattività. Protagonista di questo numero la Romania.

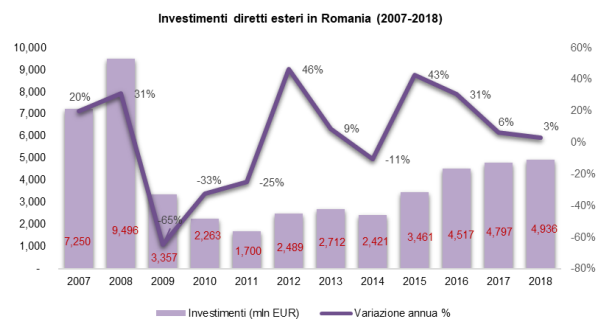
Doing business in non vuole essere la solita rubrica informativa sul business in un determinato Paese, ma ha l'obiettivo di indicare in modo operativo e pratico come poter sviluppare un rapporto di lungo periodo ed una presenza importante in un Paese conoscendolo dall'interno. Per questo motivo l'idea è che sui vari Paesi possano scrivere Istituzioni o Enti locali che raccontino usi, costumi, abitudini sociali e di business, nonché modalità di sviluppo dei rapporti economici, caratteristiche culturali che devono essere rispettate, ed altro ancora.

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

L'attrattività della Romania come paese di destinazione per gli investimenti

Durante gli ultimi due decenni numerose industrie della Romania hanno registrato risultati economici sempre più rilevanti, fattore che ha determinato da un lato una importante crescita economica del paese e dall'altro una significativa visibilità del paese sul territorio europeo in termini di attrattività di fondi e/o investimenti. Inoltre l'ingresso della Romania nell'Unione Europea nel 2007, l'arrivo dei fondi Ue e le politiche fiscali dei governi che si sono succeduti hanno cambiato profondamente il volto agli investimenti imprenditoriali provenienti dall'estero, finendo per trasformare anche quelli degli italiani, concentrati all'inizio quasi esclusivamente in delocalizzazioni nel settore manifatturiero e soprattutto nel settore tessile e nel calzaturiero.

L'attrattività della Romania come paese di destinazione per gli investimenti sostenuti da società/ investitori italiani si può misurare nei flussi degli investimenti diretti esteri in entrata (post ingresso nell'Unione Europea):



Fonte: Elaborazione ICE - Agenzia - Bucarest su dati BNR

Focus sui principali settori strategici.

Agricoltura e Agro – Industria

La Romania è uno dei paesi europei con il più alto potenziale nel settore agricolo, con la sesta superficie agricola più grande utilizzata tra i paesi

Doing Business In Romania

dell'UE. Il settore dell'agro industria rappresenta un vero asset strategico per l'economia del Paese. Circa il 60% della superficie agricola della Romania (8,2 milioni di ettari) è costituita da seminativi e circa i due terzi sono utilizzati per coltivazioni di cereali, classificandola in uno dei primi 10 esportatori di grano al mondo. Nel 2018



2018 la quota dell'agricoltura nel PIL era del 4,34%, un settore che impiega il 22,6% della popolazione attiva del paese. L'importo totale dei fondi europei per l'agricoltura e lo sviluppo rurale ha raggiunto negli anni 2017-2018 circa 6,3 miliardi di euro. L'agricoltura rappresenta un settore target per gli investitori stranieri grazie a diversi fattori quali: la qualità del suolo; il costo

contenuto rispetto alla media degli altri paesi europei; possibilità di accedere ai fondi dell'Unione Europea;

le opportunità derivanti dalla PAC 2014-2020. Attualmente è in atto un programma nazionale per il ripristino delle principali infrastrutture di irrigazione (2017-2020) che mira ad un investimento di oltre 1 miliardo di euro; Inoltre le Autorità Rumene puntano sulla ristrutturazione delle piccole e medie imprese agricole e sullo sviluppo dei servizi legati alla agricoltura, in particolare per quello relativo all'agro-processing (segmenti in cui Italia eccelle come la "catena del freddo" e del packaging).

L'Italia occupa la prima posizione nella classifica dei principali Paesi investitori in terreni agricoli rumeni, con circa il 30% del totale della superficie agricola detenuta da società straniera. Società italiane che operano sul territorio sono: Riso Scotti; Agrimon; Maschio Gaspardo.

Doing Business In Romania

Trasporti

Il Governo rumeno ha adottato un Master Plan Generale dei Trasporti approvato nel 2015 dalla CE. Un documento-chiave che stabilisce la strategia della Romania entro il 2030 per la costruzione e l'ammodernamento dell'infrastruttura dei trasporti (terrestre, ferroviario, navale e aereo), necessaria anche all'erogazione da parte dell'UE dei fondi comunitari in tale strategico settore. In Romania operano da anni aziende italiane leader nel settore dei trasporti (ferrovie, strade, autostrade) molte delle quali si sono aggiudicate importanti commesse negli ultimi anni e che continuano, malgrado numerose difficoltà legate al ritardo nei pagamenti, a partecipare a nuove gare.

Società italiane che operano sul territorio sono: Italferr, Pizzarotti, Astaldi/Salini Impregilo.

Manifattura

Il settore con la maggiore dinamicità negli ultimi anni, con risultati particolarmente rilevanti nei comparti del automotive,

Gli investimenti italiani nel settore industriale hanno fornito un contributo eccezionale alla crescita del Paese, in un primo momento attraverso l'impegno di piccole e medie imprese (PMI), le quali hanno svolto un ruolo pionieristico, circa venticinque anni fa, nell'avvicinarsi al nascente mercato rumeno, ed in seguito, tramite l'interesse crescente di grandi gruppi industriali.

Società italiane che operano sul territorio sono: Fincantieri; Prysmian Group; AFV Gruppo Beltrame; Zoppas industries.

Energia

Dal 2010 ad oggi il settore ha attirato investimenti di oltre 6 miliardi di euro.



A causa di recenti riforme legislative, il settore delle rinnovabili è diventato meno remunerativo determinando un

Doing Business In Romania

graduale disinvestimento di capitali stranieri. Oggi il tessuto imprenditoriale italiano in Romania è distribuito tra l'industria estrattiva (39,5% del totale), energia elettrica, termica, gas e acqua (29,9%), intermediazione finanziaria e assicurazioni (8,4%), transazioni immobiliari (7,6%), a cui seguono agricoltura, costruzioni e commercio con percentuali inferiori.

Società italiane che operano sul territorio sono: Enel; Enel Green Power; Ansaldo Nucleare; Ducati Energia.

Produzione industriale

Settore che contribuisce con circa il 28,97% al PIL del paese e impiega quasi un terzo della popolazione attiva (30%).

La produzione industriale rumena, espressa in valore lordo, è cresciuta del 3,5% su base annua nel 2018, inferiore all'aumento registrato nel 2017 (+ 8,2%), a causa di un aumento più lento del settore manifatturiero (+4,3%), e a seguito di un calo dell'industria estrattiva (-0,2%), mentre la produzione e fornitura

di energia termica ed elettrica, gas, acqua calda e aria condizionata e rimasta invariata.

Il settore automobilistico è uno dei settori industriali più dinamici che si è rivelato molto interessante per gli investitori stranieri. Dal 2009 è cresciuto del 18% in media su base annua e si prevede che supererà i 20 miliardi di euro entro il 2020. Oltre 600 OEM, fornitori per le case automobilistiche, hanno aperto impianti in Romania a seguito degli investimenti di 2 grandi produttori automobilistici a Craiova e Mioveni (Renault e Ford).

L'industria aeronautica copre attualmente la produzione di aeromobili, componenti, nonché la manutenzione e la fabbricazione degli aeromobili. Investitori internazionali hanno ampliato la propria attività in Romania: Airbus Helicopters sta costruendo un nuovo impianto per la produzione di elicotteri Super Puma; General Electric e Sonaca stanno realizzando un impianto di

Doing Business In Romania



Doing Business In

produzione in Romania.

Il settore tessile e dell'abbigliamento, il quale si basa su fattori quali il basso costo del lavoro, il personale qualificato, la vicinanza ai mercati occidentali e la fornitura di servizi di subappalto, prevede una crescita del mercato. Molti rivenditori di moda internazionali hanno già trasferito parte della loro produzione in Romania: Armani, Dolce & Gabana, Prada, H&M, Zara e C&A. Il mercato della produzione tessile in Romania dovrebbe crescere ad un CAGR lento ma costante di oltre il 2% entro il 2020.

Immobiliare

Il mercato immobiliare in Romania sta godendo di una crescita sostenibile, con

investimenti nelle proprietà immobiliari commerciali rumene che hanno raggiunto nel 2018 circa 1,03 miliardi di euro. La Romania rappresenta l'8% del volume totale degli investimenti registrato nella regione CEE, pari a quasi 13 miliardi di euro.

Il mercato alberghiero rumeno si concentra principalmente su tre aree che insieme rappresentano un terzo del mercato totale: la capitale, Bucarest, l'area delle località balneari e le stazioni montane e sciistiche - dove si trovano anche le attrazioni turistiche di riferimento del paese, come Castello di Bran e Castello di Peles.

Il mercato residenziale ha mostrato

Doing Business In Romania

miglioramenti visibili negli ultimi anni, sostenuto da minori costi di finanziamento e una migliore sinergia tra domanda e offerta in termini di prezzi e caratteristiche delle unità abitative, in particolare nel nuovo segmento degli appartamenti. Dati i salari più alti e le elevate intenzioni di acquistare case, è probabile che i progetti residenziali rimangano i driver chiave per i terreni.

Infrastrutture

Tra ottobre 2018 e giugno 2019, la Società Nazionale per l'Amministrazione delle Infrastrutture Stradali ("Compania Națională de Administrare a Infrastructurii Rutiere", CNAIR) ha aperto dei bandi di gara per progetti di circa 4 miliardi di euro. Tra i progetti infrastrutturali più importanti avviati nel 2018 vi è il settore Arges-Tigveni dell'autostrada Sibiu-Pitesti, una parte importante del corridoio paneuropeo IV. Un altro progetto importante è la nuova autostrada Belt di Bucarest entrata in fase di proiezione nel 2018. Il ponte sospeso sul Danubio a

Braila, in attesa della designazione di un imprenditore, è uno dei progetti infrastrutturali più complessi lanciati in Romania negli ultimi 29 anni. Con un costo di circa 2 miliardi di lei (circa 500 milioni di euro), questo obiettivo prevede una fase di proiezione di 18 mesi, dopo la firma del contratto. Nel 2018, CNAIR ha anche lanciato aste pubbliche per studi di fattibilità e progetti tecnici per strade ad alta velocità Focsani-Bacau, Ploiesti-Buzau, Bacau-Pascani e Buzau-Focsani, nonché la strada di collegamento tra A3 (autostrada Bucuresti-Ploiesti) e Aeroporto Henri Coanda (il governo rumeno lancerà entro la fine del 2019 un'offerta di 700 milioni di euro per il nuovo terminal dell'aeroporto di Otopeni).

Entro il 2040 la Romania dovrebbe investire complessivamente ca. 215 miliardi di euro in infrastrutture.

IT

Un settore che si basa su personale altamente qualificato, il quale svolge un

Doing Business In Romania



Doing Business In

ruolo importante nello sviluppo economico del Paese, attirando importanti gruppi IT, operazioni sviluppate da grandi multinazionali non-IT, migliaia di imprenditori locali e investitori finanziari locali e stranieri. Per via dei minori costi del lavoro, rispetto ad altri paesi dell'UE, la Romania tende a diventare una meta importante per i servizi a più alto valore aggiunto, per i centri di ricerca e sviluppo e per progetti importanti del mercato interno che includano soluzioni e tecnologie di fascia alta. Nel corso degli ultimi 10 anni, in Romania sono state aperte filiali di almeno 50 società internazionali nel settore tecnologico tra le quali: IBM, Microsoft, Oracle e Intel.

Altre società di software globali, come Oracle, Amazon, IBM o Deutsche Bank, sfruttano già il potenziale di sviluppo degli sviluppatori di software rumeni a una frazione del costo rispetto all'Europa occidentale, pur mantenendo la qualità del prodotto. Il settore rumeno dell'IT&C ha raggiunto il 9% del PIL nel secondo trimestre del 2019 e dovrebbe aumentare al 12% entro il 2025. Al momento, questo settore impiega circa 150 mila persone e dovrebbe raggiungere i 230-250 mila entro il 2025. Il settore è considerato un motore di crescita primario, con un incremento su base annua del 9% e con un valore di 4 miliardi di euro entro il 2020.

Autore:

Georgiana ION

Senior Manager
Deal Advisory
Mazars Romania



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

News dalle imprese

Nasce il nuovo polo della finanza innovativa: Plug and Play con Nexi e UniCredit

Attirare in Italia startup e talenti internazionali con cui collaborare per generare nuovi business e fare innovazione nell'ambito dei servizi finanziari e, allo stesso tempo, esportare le eccellenze del fintech italiano dando visibilità e permettendo alle startup nazionali di proporsi anche all'estero.

È questo l'obiettivo con cui nasce il nuovo polo del fintech in Italia su iniziativa di Plug and Play, piattaforma di open innovation a livello globale con oltre 1.400 startup "accelerate" nel 2019. L'hub milanese nasce come ponte tra la Silicon Valley e la community finanziaria italiana grazie all'adesione di due founding partner come Nexi, leader dei pagamenti digitali con 150 banche come clienti, e UniCredit, a fianco di Plug and Play fin dal suo arrivo a Milano un anno fa.

«L'intenzione è portare le startup internazionali a lavorare in Italia con partner selezionati, in connessione con la Silicon Valley e con il nostro programma fintech paneuropeo di Francoforte, in cui saranno inserite anche le startup italiane, messe così nelle condizioni di scalare all'estero», ha spiegato Andrea Zorzetto, managing partner di Plug and Play Italy.



Fonte: <https://www.ilsole24ore.com/>, 13 Febbraio 2020

Crowd Generation: tutti i numeri del crowdfunding in Italia



Forse non tutti sanno che **l'Italia è il quarto paese in Europa per investimenti in crowdfunding**. Guida la Francia con 661 milioni di Euro, seguita da Germania e Olanda, rispettivamente con 595 e 279 milioni di Euro seguite proprio dal nostro paese con quasi 241 milioni di euro (ultimo dato 2017 del p2pmarketdata.com). Non sarebbe male senza notare però che UK da sola rappresenta 7,67 miliardi di euro di raccolta, più del doppio di tutta Europa sommata insieme. Secondo i dati dell'Osservatorio Crowdfunding del Politecnico di Milano il **tasso di successo delle campagne di crowdfunding** nel nostro paese è passato dal 40% da quando sono iniziate le registrazioni al **71% nel 2019** con un tasso medio di circa il 60% che diventa considerando solo il real estate crowdfunding addirittura del 100%. Nonostante il lieve calo registrato nel 2017 dovuto, ancora una volta, al numero complessivo di campagne (80); il settore equity-based, nell'ultimo periodo, ha iniziato a segnare un tasso di successo superiore all'80%. Solo nel 2019 sono state registrate in Italia 170 campagne di equity crowdfunding che hanno raccolto circa 65 milioni di Euro con un tasso di successo del 75%.

Fonte: startupitalia.eu, 21 Febbraio 2020

L'industria del videogioco italiano prova a rilanciarsi. Nasce l'idea

Tutto in un nome. L'Aesvi (l'Associazione di categoria dell'industria dei videogiochi in Italia) cambia denominazione e non è un cambiamento da poco. Dopo la vendita di Milan Games Week a Fandango Club e Fiera Milano e la crisi che ha colpito i Publisher stranieri in Italia l'associazione ha scelto di ricompattarsi intorno agli studi di sviluppo italiani e agli attori che oggi muovono la scena nostrana degli eSport. Ufficialmente oggi è stato presentato il nuovo logo lidea che sta per Italian Interactive Digital Entertainment Association. La trasformazione non è solo di facciata e sembra volere allineare gli obiettivi e le attività alle nuove esigenze.

La novità principale. In primis, una nuova governance che riconosce accanto alle due anime dei publisher e dei developer (editori e sviluppatori di videogiochi) gli attori degli e-sport, entrati nel board l'anno scorso. Si punta quindi al target giovane, si guarda al prodotto italiano e si prova a rinnovare e rendere più moderna e aperta la comunicazione della cultura del videogame. Nel concreto l'idea di lidea è puntare sullo sviluppo di due eventi principali: **First Playable**, il primo evento business internazionale dedicato agli sviluppatori di videogiochi in Italia, e **Round One**, primo evento business internazionale dedicato agli operatori del settore e-sports



Fonte: ilsole24ore.it, il 20 Febbraio 2020