

MERCATI NOMINATO DAL MINISTERO DEGLI ESTERI. IL BRAND DI SALA BAGANZA SI ESPANDE

# Il console onorario? Un manager di Coccinelle

Antonio Sottile sarà referente della Bielorussia per l'Emilia Romagna

Patrizia Ginepri

Il manager della Coccinelle Antonio Sottile è stato nominato nei giorni scorsi console onorario della Bielorussia per Emilia Romagna. Non è affatto un caso per un uomo d'affari con la valigia sempre in mano e un passaporto che fa capire come vive il direttore dello sviluppo commerciale della società parmense, alfiere del made in Italy nel mondo. Laureato in scienze politiche e con un master in cultura d'impresa, Sottile ha lavorato in passato per il gruppo Mariella Burani.

«In Bielorussia - spiega - possiamo considerarci veri e propri pionieri. Nel 2010, infatti, Coccinelle è stata la prima azienda italiana di borse ad aprire una boutique nel paese, esattamente a Minsk e dopo tre mesi un altro punto vendita a Gomel». E' naturale che esplorare nuovi mercati infittisca la rete di relazioni in loco. Da qui il prestigioso incarico. «La funzione primaria del consolato - spiega Sottile - sarà quella di creare opportunità di business e partnership tra le aziende della nostra regione e quelle bielorusse». Nel 2010 il volume commerciale con l'Italia ha raggiunto i 50 milioni di dollari. Le aziende italiane hanno investito nell'economia bielorusa 17 milioni di dollari e le esportazioni verso l'Italia hanno raggiunto quota 37 milioni di dollari. Non solo. Rispetto al 2009



Coccinelle In alto Antonio Sottile, qui sopra la boutique di Odessa.

**50 milioni di \$ scambi**  
il volume degli scambi commerciali raggiunto nel 2010 da Italia e Bielorussia.

Недавно в Гомеле побывал Антонио Соттиле, директор по развитию бизнеса компании Coccinelle. Целью его визита было посещение итальянского мультибрендового бутика. О чем можно говорить с импозантным иностранцем, впервые посетившим наш город? Конечно же, о fashion-тенденциях! Хотя бы потому, что одет он по последнему слову моды и представляет всемирно известную компанию, выпускающую модные дамские сумочки и аксессуары.



gli investimenti diretti delle aziende italiane sono aumentati di quasi cinque volte. E poi, c'è anche un importante progetto da realizzare: «Nella zona franca di Brest - spiega il manager - al confine con la Polonia, verrà creato quest'anno un distretto industriale italiano, che punta a essere una porta d'accesso preferenziale, sotto il profilo fiscale e doganale, per

il mercato della Russia e del Kazakistan». Al fronte del business si lega anche quello della solidarietà, legato in particolare all'assistenza ai bambini colpiti dalle radiazioni di Chernobyl.

«Questo aspetto è in perfetta sintonia con il codice etico della Coccinelle - precisa Sottile - basato su principi morali profondi. E' l'imprinting del numero uno Angelo Mazzieri, sempre molto attento alle iniziative umanitarie. Basti pensare ai progetti Kids e Francesca Rava. E' una filosofia che apprezzo e condivido appieno».

Ma torniamo ai mercati esteri e all'evoluzione della società di Sala Baganza. «Coccinelle è un'azienda in espansione - dice il neo console onorario - in giugno apriremo un negozio a Kiev, in luglio a Manila, nelle Filippine. Solo pochi giorni fa ero in Vietnam e penso che in quell'area, come del resto in Indonesia, ci siano buone prospettive. E poi la Cina, un altro mercato che ci darà soddisfazioni». Dal 2010 ad oggi Coccinelle ha aperto 8 boutique in Polonia, un mese fa ha debuttato a Tel Aviv e a Odessa, ha creato un punto vendita a Bratislava due negozi in Russia, uno in Moldavia, uno a Teheran. In tutto salgono a circa un'ottantina i monomarca di Coccinelle nel mondo e sono in continuo aumento, segno che la strategia di crescita all'estero prosegue con successo. ♦

TRATTATIVA CEDACRI: «RIVENDICAZIONI INACCETTABILI»



## C-Global, nuovi ostacoli per il piano «Bassilichi»

Nuove tensioni durante la trattativa per il piano di ristrutturazione di C-Global, azienda del gruppo Cedacri. Ieri a Firenze si è svolto l'incontro tra l'azienda e i sindacati. All'ordine del giorno la possibilità di dar corso a un accordo con il quale i 74 dipendenti di C-Global, ma anche quelli occupati nell'indotto, avrebbero finalmente trovato una soluzione alla loro vicenda. L'accordo, con il benestare della Regione Toscana, avrebbe previsto entro il 15 maggio il passaggio di attività da C-Global alla società Bassilichi.

«I dirigenti del gruppo Cedacri si sono presentati all'incontro con una posizione di chiusura netta - scrivono Fabi, Fiba-Cisl, Fisas-Cgil, Fisascat Cisl, Filcams-Cgil, Uilca, Uilutuc - . Nonostante la disponibilità al confronto espressa dalle organizzazioni sindacali, i rappresentanti dell'azienda si sono rifiutati di presentare una proposta ed hanno abbandonato il tavolo negoziale. Abbiamo allora sol-

lecitato l'azienda a fornire le motivazioni del rifiuto ribadendo la disponibilità ad affrontare il negoziato; l'azienda, dopo una breve sospensione, ha confermato la propria posizione».

Il sindacato ha provveduto «a scrivere a tutti i consiglieri di amministrazione circa l'intollerabile atteggiamento dei dirigenti Cedacri - spiega Fabi - . La proprietà del gruppo è costituita da 25 banche che devono essere informate del fatto che i sindacati si sono dimostrati aperti al confronto con l'intenzione di trovare una soluzione condivisa. Mentre i dirigenti no. Di seguito partiranno le agitazioni in tutte le aziende del gruppo Cedacri su tutto il territorio nazionale».

In serata è arrivata la risposta di Cedacri. «C-Global e Bassilichi, e la regione Toscana, alla presenza delle rappresentanze sindacali, hanno individuato una soluzione che garantisce la salvaguardia di tutti i posti di lavoro delle sedi di Pisa e Firenze, senza intaccare i livelli retributivi, attraverso l'as-

sunzione da parte di Bassilichi dei dipendenti delle sedi di Pisa e Firenze di C-Global ed il contestuale affidamento alla stessa Bassilichi di commesse per l'esecuzione di specifiche lavorazioni da parte di C-Global - ribadiscono da Collecchio - . Le rappresentanze sindacali hanno espressamente subordinato la conclusione di tale accordo ad ulteriori condizioni e rivendicazioni che nulla hanno a che vedere con la situazione delle sedi di Pisa e Firenze e che sono peraltro inaccettabili da parte di C-Global».

In tale contesto, C-Global si rammarica e si sorprende dell'atteggiamento di talune rappresentanze sindacali, le cui scelte hanno compromesso la favorevole conclusione di una vicenda iniziata da oltre un anno e che avrebbe potuto concludersi con soddisfacimento di tutte le parti in causa. C-Global era ed è pronta a dare seguito all'accordo con Bassilichi avendo già accettato tutte le condizioni richieste nell'ambito degli incontri svoltesi in ambito istituzionale. ♦

CONVENTION NEGLI ULTIMI 4 ANNI IL FATTURATO E' QUASI TRIPLICATO

## Tecno-Gaz, tecnologia come arma anti-crisi

Il presidente Bertozzi: nuove opportunità dall'e-commerce e dal web marketing

Antonella Del Gesso

In un quadro in cui la voce «cura di sé e della salute» vale già il 30% della spesa di una famiglia, il futuro per il mercato dentale italiano si prospetta in forte crescita. Certo prospereranno quelle industrie che sapranno innovare e quei fornitori, la tendenza va verso una concentrazione dei piccoli grossisti a formare grandi realtà distributive, che saranno in grado di cavalcare la differenziazione dell'offerta.

Il punto sui possibili scenari di cambiamento per il settore è stato fatto, all'Hotel de la Ville, nell'ambito dell'annuale convention di Tecno-Gaz, l'azienda di Sala Baganza che opera da oltre trent'anni nel campo dell'elettromedicale



Tecno-Gaz Un momento della convention.

e del dentale e occupa oltre 60 addetti. «La nostra attività è iniziata sviluppando piccole apparecchiature e si è sempre più specializzata su prodotti per la sterilizzazione degli strumenti odontoiatrici, attraverso linee per laboratori odontotecnici e per l'estetica medicale. Negli ultimi 4 anni, nonostante la crisi, il nostro fatturato di 17 milioni è quasi triplicato». A riferirlo è il presidente

Paolo Bertozzi, dopo aver sottolineato l'importanza di momenti seminari che informino sulle ultime novità e sulle opportunità che offrono strumenti come e-commerce e anche il web marketing.

A presentare il quadro macroeconomico di riferimento è poi Roberto Ravazzoni, ordinario di Economia e gestione delle imprese all'Università di Modena e Reggio

Emilia. «Quello dentale è un mercato che, seppur relativamente piccolo, nei prossimi anni rivestirà un ruolo importante, perché la cura, l'igiene della bocca e anche l'estetica del sorriso rientrano in quella voce chiamata "benessere" cui i cittadini prestano sempre più attenzione». Ecco quindi che gli sforzi dell'industria dovranno essere orientati allo sviluppo di prodotti fortemente innovativi. Anche le imprese grossiste saranno protagoniste di nuovi scenari: «si verificherà un'evoluzione organizzativa e gestionale che comporterà tendenzialmente un accorpamento delle realtà più piccole a creare grossi distributori. E saranno vincenti quelli che sapranno differenziarsi sia in termini di assortimento che di servizi post-vendita».

Sarà opportuno inoltre integrare la tradizionale attività anche con un'operatività on line, almeno per quanto riguarda la parte dell'assortimento più ordinario (materiale di consumo). I ricercatori Simonetta Rebecchi e Fabio Piccoli, infine hanno evidenziato gli elementi alla base di alcuni innovativi progetti Tecno-Gaz nell'ambito dell'estetica applicata all'odontoiatria e del bruxismo: in particolare per quest'ultima patologia (digrignamento dei denti) l'azienda ha creato il primo dispositivo al mondo in grado di diagnosticarla in modo documentato. ♦

CISITA OGGI ALLE 18,30 A PALAZZO SORAGNA

## «L'impresa forte» La lezione di Preti

Prosegue oggi alle 18,30 a Palazzo Soragna, l'iniziativa «I Workshop di Cista Parma». Protagonista dell'incontro sarà Paolo Preti, docente di organizzazione delle piccole e medie imprese presso l'Università Sda-Bocconi di Milano, che proporrà una riflessione sul tema «L'Impresa Forte». Il futuro delle piccole e medie imprese». L'impresa «forte» è quell'impresa che ha già realizzato il cambiamento necessario per competere con successo nelle mutate condizioni di mercato. Un modello ideale che diviene pietra di paragone dalla quale scaturiscono insegnamenti, riflessioni e conferme.

Un approccio che ha come obiettivo quello di concentrarsi sulle modalità organizzative e di gestione del capitale umano della piccola e media impresa. Il riferimento è alle modalità di crescita per linee interne o esterne e di sviluppo manageriale, alla delega e all'integrazione, alle politiche di valutazione del contributo, dei collaboratori. L'incontro ha lo scopo di



dotare i partecipanti della capacità di leggere le necessità organizzative attuali e future dell'azienda per progettare l'assetto organizzativo più coerente in funzione delle scelte strategiche fatte.

Questo perché l'organizzazione aziendale può e in alcuni casi deve essere motivo di differenziazione concorrenziale e area di recupero di efficienza. La comprensione delle diverse forme costituisce la base per analizzare i principali fabbisogni organizzativi nello sviluppo delle piccole e medie imprese, in particolare: la delega, l'integrazione, la gestione dei collaboratori e la loro motivazione, l'immagine e la cultura aziendale. ♦

ALBERGHI ACCORDO

## Alla cinese Hna il 20% di Nh Hoteles

Il gruppo cinese Hna diventa azionista di Nh Hoteles: acquisterà il 20% della società e avrà due posti nel Consiglio di amministrazione. L'operazione, per un totale di 431,6 milioni, sarà effettuata attraverso un aumento di capitale. La sottoscrizione avrà luogo al prezzo di 7 euro per azione, che rappresenta un premio significativo rispetto al prezzo corrente di mercato e il prezzo medio dell'ultimo trimestre. Così, HNA diventerà il secondo azionista della società.

Il gruppo HNA e Nh Hoteles stanno anche considerando la creazione di una joint venture per lo sviluppo del settore alberghiero in Cina nel segmento delle quattro stelle, dove Nh Hoteles concentra il suo core business. «L'operazione è perfettamente in linea con la nostra strategia attuale - fanno sapere da Nh Hoteles - volta a crescere in modo da evitare investimenti importanti in immobilizzazioni materiali, come la gestione di hotel di proprietà di terzi». ♦

RECENSIONE LE RIFLESSIONI NEL VOLUME DI AUGUSTO SCHIANCHI E ANDREA MANTOVI

## Dividendi, quali politiche oggi

Marco Ziliotti

Quali sono le principali determinanti delle politiche di dividendo delle imprese? Esiste un criterio in grado di individuare, in generale, il payout ottimale, in grado cioè di massimizzare il valore dell'impresa stessa? Su tali questioni, quanto mai ancora di attualità, anche se affrontate da lungo tempo dalla letteratura, si concentrano Augusto Schianchi e Andrea Mantovi, entrambi eco-

nomisti nella Università di Parma, nella loro recente monografia «Dividendi. Un contributo alla teoria dell'impresa».

In effetti, già mezzo secolo fa Miller e Modigliani, con il loro noto teorema, dimostravano che, in un astratto mondo caratterizzato da perfetta informazione - cioè con investitori in grado di conoscere a priori l'esatto rischio/rendimento di ogni possibile progetto di investimento -, la scelta di distribuzione ovvero ritenzione de-

gli utili di impresa risulterebbe del tutto irrilevante. In tale contesto, in cui le azioni potrebbero essere perfettamente liquidate in qualsiasi momento, infatti, il valore dell'impresa dipenderebbe esclusivamente dai fondamentali reali (rapporto utile/capitale investito) e la finanza stessa, nel senso più ampio, perderebbe di significato.

Nella realtà economica, evidentemente, pervasa com'è da incertezza ed asimmetrie informative, la questione se il livello dei divi-

dendi (o meglio, il rapporto dividendi/prezzo delle azioni) costituisca un segnale di qualità dell'investimento rimane una questione tanto cruciale quanto scientificamente irrisolta. In effetti, anche le indagini empiriche non sono riuscite a fornire risposte univoche nel tempo. Basti ricordare che in tutti gli anni novanta e fino allo scoppio della prima "bolla" della new economy dei primi anni duemila, la generalizzata tendenza, quantomeno sui mercati statuni-



Dividendi La copertina del libro.

tensi, fu di attribuire scarso rilievo ai dividendi; il valore delle azioni veniva sistematicamente ricercato ed individuato nel goodwill («avviamento», valore immateriale) prospettico e/o potenziale - spesso rivelatosi virtuale se non illusorio - dell'impresa. Al contrario, la «finanziarizzazione» dei mercati che ha caratterizzato il successivo quinquennio - fino alla deflagrazione della crisi dei subprime - ha visto una esasperata attenzione degli analisti ed operatori alla ricerca di livelli di dividendo - e cioè di remunerazione immediata dell'investimento - sempre più elevati, sino a rivelarsi insostenibili. Per arrivare ai nostri giorni, dove il grande valore attribuito alla liquidità spinge le so-

cietà quotate a Piazza Affari a deliberare la distribuzione di oltre 15 miliardi di euro per accattivarsi la fedeltà e l'attenzione degli azionisti/investitori.

Nel volume vengono individuati i quattro «angoli» del problema della politica di dividendo: 1) il costo opportunità dei mancati investimenti e la rilevanza delle riserve da autofinanziamento; 2) la pianificazione ottimale ex ante delle politiche di investimento e di payout; 3) la sostenibilità (tesoreria e finanza) delle politiche di dividendo - e cioè di remunerazione immediata dell'investimento - sempre più elevati, sino a rivelarsi insostenibili. Per arrivare ai nostri giorni, dove il grande valore attribuito alla liquidità spinge le so-