

Anno XVI - Maggio 2008

44

# la RIVISTA

[www.eulerhermes.it](http://www.eulerhermes.it)



EULER HERMES  
SIAC

Focus

## Il nuovo volto del lusso

di Fabiana Romano

Il Territorio

## Ottone: una passione bresciana

di Riccardo Pinelli

Avenimenti

## Michele Pignotti è il nuovo A.D. di Euler Hermes SIAC

Il personaggio

## Giovanni Rana: l'industriale fatto in casa

di Daniele Autieri

# Rana, l'industriale fatto in casa

Partito da un piccolo paesino del veronese Giovanni Rana è diventato il leader europeo nel settore dei prodotti freschi e un simbolo del Made in Italy.

di Daniele Autieri

Come si fa a partire da San Giovanni Lupatoto e a sbarcare sui mercati internazionali; a passare dalla consegna a domicilio a bordo di una Renault 4 alla distribuzione di massa; a investire nel settore alimentare e scoprire che il proprio prodotto diviene un simbolo del Made in Italy apprezzato e riconosciuto all'estero?

La risposta a tutte queste domande è nelle parole, nella storia e nell'impegno imprenditoriale di Giovanni Rana, l'uomo cresciuto nel panificio

di famiglia in un paesino a pochi chilometri da Verona. «Ho iniziato facendo il portapane – ricorda – e ho così imparato i segreti della pasta fresca. Da allora ho cominciato a fare l'artigiano, poi l'imprenditore e infine l'industriale. Ho dovuto imparare tanti mestieri, ma ognuno è stato importante per la mia formazione».

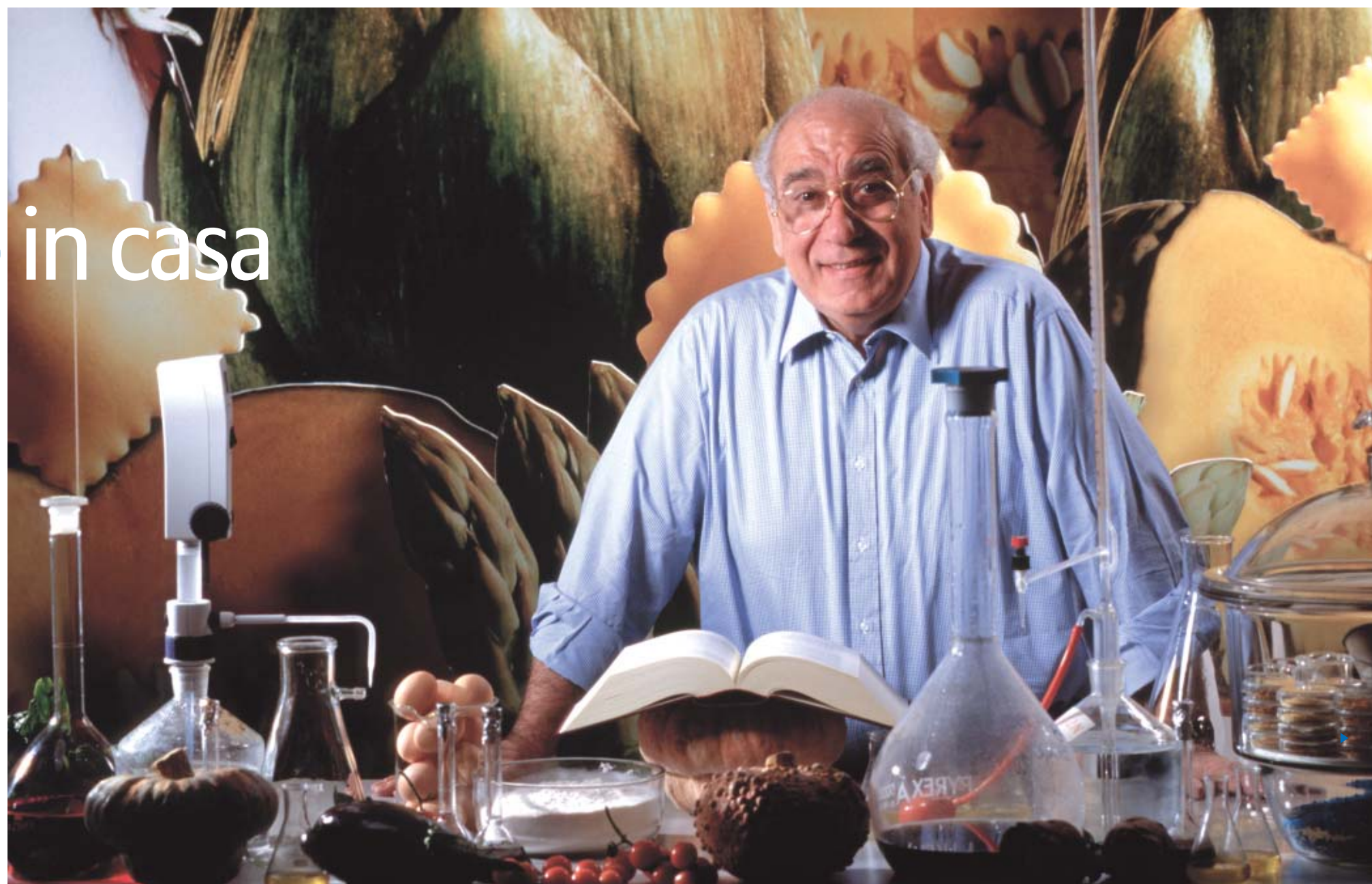
Una formazione iniziata tra il pane, la pasta e i dolci, prima artigianalmente e poi con l'ausilio della tecnologia. È il 1968 quando entra in

laboratorio la prima macchina progettata dallo stesso Rana. Da allora fare i tortellini è divenuto un business e dal lavoro certosino dei maghi della pasta fatta in casa si è passati a una produzione di oltre 100 quintali ogni ora. Il passaggio è stato graduale ma ha trasformato il Pastificio Rana in un leader europeo nel settore dei prodotti freschi con un fatturato che ruota intorno ai 200 milioni di euro e una quota del mercato italiano pari al 45%. Il successo industriale non ha comunque tradito le origini artigiane

che ancor oggi fanno la fortuna dei tortellini Rana.

«Nei primi anni '90 – racconta l'imprenditore – venivano da me le multinazionali per comprare l'azienda, ma io non ho mai vendu- ▶

Oggi Rana produce circa 120 quintali di tortellini ogni ora coprendo una quota del mercato italiano pari al 45 per cento.



Giovanni Rana in compagnia del figlio Gianluca, a cui è passata la guida dell'azienda.





to. Tanti mi davano un anno di vita, ma non mi sono mai perso d'animo. Da quel momento è nata l'idea di presentarmi in prima persona ai miei clienti dicendo: "Signori, state tranquilli, vi garantisco io!". Non ero il signor Nestlé; ero semplice e ingenuo, ma assicuravo il mio prodotto e questo è stato apprezzato». Da allora il viso bonario dell'industriale veronese è entrato nelle case degli italiani, al punto che 95 persone su 100 dicono di sapere chi è. Lui ne ha fatto una strategia industriale, vincente e innovativa, studiata nelle università e nelle scuole di management.

Tutto, però, ispirato dalla volontà di rimanere vicini al cliente, come nel laboratorio di famiglia, come ai tempi dei tortellini ordinati all'etto e degli gnocchi pesati sulla bilancia. Oggi di tortellini dagli stabilimenti Rana ne escono 120 quintali ogni ora e 60 di gnocchi, grazie anche ad un connubio tra innovazione e tra-

### «Nei nostri impianti la tecnologia più sofisticata è al servizio della tradizione».

dizione che rivive alla perfezione nel pastificio.

«Anche un lavoro tradizionale come il nostro – spiega Giovanni Rana – ha bisogno di continui cambiamenti perché la società chiede cose sempre nuove. Nei nostri impianti di produzione la tecnologia più sofisticata è messa al servizio della tradizione. I macchinari permettono di lavorare il cibo senza scaldarlo e quindi senza alterarne qualità e freschezza.

Apportiamo continue modifiche alle nostre macchine – continua – perché siamo convinti che siano loro a doversi adattare alle nostre richieste e ai nostri prodotti». Ed è proprio questa la caratteristica

che ha reso il Pastificio Rana un simbolo dell'Italia nel mondo, trasformando il Gruppo in un leader europeo e contestualmente facendo lievitare a dismisura anche il numero di imitatori internazionali. Un percorso, quello dei mercati esteri, che la società ha intrapreso da poco meno di dieci anni. «Inizialmente abbiamo aperto filiali in Spagna e Francia – racconta Rana – e quasi subito si sono moltiplicati gli imitatori. Cinque anni fa abbiamo iniziato a lanciare anche le nuove campagne pubblicitarie all'estero, sempre con la mia immagine, e hanno riscosso un enorme successo, al punto che siamo diventati leader nel mercato in Spagna e deteniamo quote molto elevate in Francia».

Un risultato ottenuto anche grazie ad una attenta strategia di marketing e a uno studio approfondito del mercato. Uno dei business di maggior successo del Gruppo è rappresentato ad esempio dalle

confezioni da 125 grammi per i single, segno di una indubbia capacità nell'intercettare i cambiamenti che dal profondo attraversano la società.

«I tempi sono cambiati – spiega Rana – e in Italia ci sono quasi 6 milioni di single...un mercato niente male. E poi, volendola vedere più tradizionalmente, il nostro prodotto offre a tutti i membri della famiglia la possibilità di cucinare in poco tempo il proprio piatto preferito. Insomma a ognuno il suo».

L'immagine dell'imprenditore di San Giovanni Lupatolo mentre flirtava con Marilyn Monroe, passeggiava sulla Luna con Neil Armstrong e irretiva le folle al fianco di Stalin ha così conquistato un pubblico sempre più ampio e fatto il giro del mondo, dando nuova linfa alla sua lunga storia imprenditoriale. «Giunto alla mia età posso dirmi soddisfatto per quello che ho raggiunto. Per fare l'imprenditore, in questo settore, ci vuole cuore e bisogna star bene con la mente e con lo spirito. Da giovane ero più azzardato e incosciente, ma ora ho raggiunto l'equilibrio».

Oggi, che la guida operativa del suo Gruppo è passata nelle mani del figlio Gianluca, Giovanni Rana rimane comunque un simbolo di un'imprenditoria sana e moderna, capace di costruire dal nulla un impero industriale non tradendo mai i valori che ne hanno ispirato le origini.

Ed è proprio ricordandoli, richiamando alla memoria l'istruzione interrotta sui banchi della quinta elementare e completata nella vita con una Laurea honoris causa, che la storia dell'imprenditore veronese che "ci ha messo la faccia" può divenire un esempio per le nuove generazioni, impegnate ad affrontare sfide sempre più complesse dove i valori e le qualità di un'imprenditoria sana vengono ogni giorno messi a dura prova.

## Abstract

# Rana, the home-made industrialist

*How do you start off in San Giovanni Lupatolo and end up trading on the international markets? How do you go from making home deliveries in a Renault 4 to mass distribution? How do you invest in the grocery sector and go on to find that your product has become a symbol for Italian-made products that is appreciated and recognized around the world? The answer to all of these questions lies in the words, the history and the entrepreneurial commitment of Giovanni Rana, who grew up in his family bakery in a small village a few kilometres from Verona. "I began as a bread delivery boy," he recalls, "and so I learned the secrets of making fresh pasta. Then I went on to become a craftsman, then an entrepreneur and finally an industrialist."*

*It was in 1968 that the first machine designed by Rana entered the workshop. Since then, making tortellini has become big business, moving on from the painstaking work of the masters of homemade pasta to a production of over 12,000 kilos an hour. The move was gradual, but it transformed the Rana pasta factory into a European leader in the fresh food sector, with a turnover of around 200 million euros and a share of about 45% of the Italian market. Today, the Rana factory produces about 12,000 kilos of tortellini an hour and about 6,000 kilos of gnocchi, partly due to a combination of*

*innovation and tradition that lives on in perfection in the pasta factory. "Even a traditional job like ours needs to undergo continual changes because society is always asking for something new. In our production equipment, the most sophisticated technology is put to use in the service of tradition. Machinery allows the food to be processed without being heated, and so without altering its quality and freshness."*

*And it is this particular characteristic that has made the Rana pasta factory a symbol of Italy throughout the world, turning the group into a European leader. The company only embarked on this road – to trading on foreign markets – less than ten years ago. "Initially we opened branches in Spain and France," Rana explains, "and our imitators multiplied almost immediately. Five years ago we also began launching new publicity campaigns abroad, always using my image, and they met with great success, to the extent that we became market leaders in Spain and we hold a considerable share of the market in France." Now the operational management of his group has passed into the hands of his son, Gianluca, but Giovanni Rana remains a symbol of a wholesome, modern entrepreneurial activity, able to build an industrial empire from nothing without ever betraying the values that inspired its origins.*



# Giovani e promettenti

Sono i tre Paesi baltici: Estonia, Lettonia e Lituania che da quando sono entrati nell'Unione europea ce la stanno mettendo tutta per crescere.

di Niccolò D'Aquino

**D**iciamolo subito: sono piccoli e sono in pochi. Messi insieme Estonia, Lettonia e Lituania hanno una popolazione di appena 6,5 milioni di abitanti e "pesano" soltanto lo 0,5 per cento sull'economia dell'Europa allargata a 27. E, per evidenziare i problemi, il salario medio mensile nei tre Paesi baltici supera di poco i 300 euro. Il che, appena qualche anno fa quando si sono aperte le porte dell'Ue, ha portato a una fuga di giovani. Soprattutto dalla Lettonia c'è stata una forte emigrazione: approfittando della improvvisa libertà di circolazione, neolaureati e diplomati, ma anche tecnici e semplice manovalanza, sono andati a cercare lavoro e soldi in altri Paesi, soprattutto comunitari. In 40mila hanno scelto l'Irlanda, attratti dall'esplosione ormai consolidata di Dublino.

Attenzione, però, prima di relegare distrattamente il dossier baltico in fondo a un cassetto in attesa di tempi migliori. Perché, tanto per cominciare, stiamo parlando di tre Paesi giovani con una classe dirigente di trentenni che sta prendendo molto sul serio il recente ingresso nella Ue. Tre Paesi, poi, che si sono presentati a Bruxelles ognuno con dei record e delle lodevoli caratteristiche.

A Tallin, per esempio, molti governanti occidentali dovrebbero andare

a lezione di rigore fiscale. Già, perché l'Estonia è stato l'unico Paese europeo capace, in epoca recente, di innellare almeno tre anni di surplus di bilancio. Molto solida è anche la situazione lettone: Riga sta puntando sempre di più su un settore specifico: la logistica. Fabbrica, magazzino, centro di distribuzione e di assemblaggio finale dei prodotti, la Lettonia è ormai il ponte, quasi ufficiale, per chi vuole operare sia con i mercati scandinavi sia con il gigante russo. La



Una veduta di Riga, capitale della Lettonia. Accanto, un centro commerciale a Tallin in Estonia.



Lituania infine, assorbito lo choc politico dell'impeachment e la destituzione del Presidente della Repubblica – nel 2004, a pochi giorni dall'ingresso di Vilnius nella Ue – continua a registrare uno straordinario boom di crescita che ne fa, non soltanto la locomotiva baltica ma anche, in termini percentuali, il primatista europeo.

Questi dati spiegano e giustificano l'opinione prevalente degli operatori internazionali secondo i quali – superati i problemi iniziali, normali in ogni fase di allargamento di un siste-

ma, per di più complesso come quello comunitario – i tre Paesi baltici saranno il gruppo di testa di una squadra che, nel lungo termine, modificherà l'equilibrio dei poteri nel mondo delle banche centrali europee.

## ESTONIA: la più digitale d'Europa

Un cellulare ogni due abitanti. Internet anche nelle più piccole biblioteche di paese, burocrazia e scuola interamente informatizzate. Il record di connessioni via web tra i nuovi Paesi europei. Quanto basta, insomma, per accettare il facile gioco di parole: questa è la Estonia, il Paese più digitale d'Europa. Dove si sono tenute le prime elezioni on-line al

mondo. Dove il wi-fi è gratis ovunque e la burocrazia non usa più la carta. Dove il 75 per cento della gente paga le tasse via computer. E dove il 40 per cento dell'export è realizzato grazie alla vendita di beni e servizi hi-tech. Estonia con il trattino, come e-commerce. Come e-mail. Come e-banking: un record mondiale di nuovi clienti on-line, oltre 400mila su una popolazione di 1,3 milioni. In breve: new e-economy.

Certo, il successo esplosivo con l'ingresso nella Ue è stato raggiunto con un costo alto. Grazie a terapie d'urto, basate sulla repentina liberalizzazione dei prezzi, sulla gestione rigorosa dei conti pubblici e sull'avvio delle privatizzazioni: iniziate immediatamente, nei primi anni Novanta, quando la neonata repubblica raggiunse l'indipendenza.

Il risultato è che l'Estonia è uno dei pochi casi riusciti di transizione non traumatica dall'economia statalista a quella di mercato. Un risultato che ha fatto scomodare per fare i complimenti persino il solitamente arcigno e mai contento Fondo monetario internazionale.

C'è sempre un prezzo da pagare, però. Quello più alto è forse in un'apertura totale - per alcuni eccessiva - alle imprese straniere. Un prezzo pagato però senza troppi traumi. Anche perché, come contropartita, significa ottimi investimenti dall'estero.

Ora, dopo il boom, il Paese sta attraversando una fase di contenimento. Il Pil, dopo una crescita a due cifre tra la metà del 2005 e l'inizio del 2007, è sceso poco sotto l'8 per cento. E, dicono gli esperti dell'Ice, l'Istituto per il commercio estero italiano, le previsioni per il 2008 e 2009 «sono ancora difficili». Ma le esportazioni, segno di vitalità di un sistema, continuano ad aumentare sia pure di un contenuto 5 per cento. L'incremento dei salari, però, pur lungamente atteso e doveroso, sta facendo scendere la competitività delle aziende ►

estoni e dilatare il deficit della bilancia commerciale.

Il settore bancario ha come protagonisti i quattro maggiori Istituti nordici (Hansa, Seb Uhispank, Nordea Bank e Sampo) che controllano il 90 per cento dei depositi. I bassi tassi di interesse e le aspettative esuberanti hanno provocato la crescita del credito bancario al settore privato: oltre il 60 per cento l'anno, dovuto soprattutto agli acquisti delle proprietà immobiliari. In questo campo l'Italia si muove ancora timidamente: dall'agosto 2004 a Tallinn opera una filiale della Hvb, appartenente a Unicredit. Meglio vanno gli altri settori. Dall'indipendenza dell'Estonia il volume dell'interscambio con l'Italia ha registrato un aumento costante e progressivo, con un surplus sempre a

### I principali indicatori economici dei Paesi Baltici

In rallentamento la crescita nel 2008, in linea con lo scenario mondiale

	2007 f			2008 f		
	Lettonia	Estonia	Lituania	Lettonia	Estonia	Lituania
PIL Nominale (USD mil)	26,153	20,084	36,746	29,530	22,428	40,541
PIL pro capite (USD)	11,485	15,034	10,829	13,034	16,838	11,999
PIL reale variazione annuale (%)	10,3	7,3	8,8	6,0	5,5	6,5
Inflazione (%)	13,5	7,5	7,8	7,2	6,7	4,0
Saldo fiscale/PIL (%)	0,4	2,7	-0,9	0,5	1,4	-0,6
Saldo partite correnti/PIL (%)	-26,0	-18,1	-13,6	-20,0	-16,0	-13,4
Debito Estero/PIL (%)	133,8	119,9	77,8	135,5	133,8	86,3
Debito Estero/Esportazioni di merci e servizi (%)	332,0	160,5	146,6	333,0	181,00	160,8
Copertura alle importazioni (mesi)	3,8	2,3	3,1	3,6	2,2	3,1
Riserve Internazionali (USD mil)	5,000	3,300	6,300	5,200	3,500	6,800

f: Previsioni EH  
Fonti: BCE, FMI, Commissione europea, EH CRU

favore dell'Italia. Tra le esportazioni italiane la parte del leone la fanno i macchinari, seguiti da: tessile, mezzi di trasporto, prodotti in metallo, prodotti manufatti, in plastica e gomma, alimenti. Dall'Estonia, invece, l'Italia acquista prevalentemente prodotti della filiera del legno, macchinari e loro parti, prodotti animali, manufatti e prodotti di metallo. Gli investimenti italiani più conosciuti sono sempre quelli effettuati, negli anni passati, dall'imprenditore Ernesto Preatoni e dalla sua società Pro Kapi-

tal. Al settimo posto nella lista delle prime 50 Società estere in Estonia, la Pro Kapital ha ampliato il proprio ventaglio: dai servizi finanziari e bancari si è allargata al turismo-alberghiero e all'immobiliare. Consigli? Le priorità indicano di puntare su: telecomunicazioni, sviluppo del software, immobiliare, filiera del legno e tessile.

**LETTONIA: un Paese dove investire**  
Grandi lavori e settore immobiliare in prima linea. Ma non solo. Ci deve essere dell'altro se la Lettonia è stata inserita dalla Banca Mondiale al 22esimo posto nella classifica dei Paesi più convenienti dove avviare attività imprenditoriali: posizione lusinghiera per una Nazione di due milioni e mezzo di abitanti, con un

pil annuo pro capite di 8.500 euro. Eppure, nonostante il notevole ritmo della crescita economica – negli ultimi anni sempre tra il 10 e l'11 per cento – l'inflazione resta elevata, attorno al 10 per cento. La disoccupazione scende di poco: ora è sul 6 per cento (probabilmente, però, è strutturale: molti tra gli adulti hanno una formazione acquisita durante il periodo sovietico, non compatibile con le richieste della moderna economia di mercato del resto del Paese). E il divario di reddito tra

fasce alte e basse si sta, sì, colmando, ma a un tasso relativamente molto inferiore (2 per cento, annuo) rispetto a quanto avviene negli altri Paesi europei.

Allora perché la Lettonia è appetibile? D'accordo, il governo sta facendo progetti per lavori imponenti, come la costruzione di due nuove centrali elettriche, alimentate peraltro l'una a gas, ma l'altra ancora a carbone. E, certo, altri progetti importanti riguardano la costruzione di nuove case, richieste da una giovane classe professionale e imprenditoriale che guarda ai modelli dell'Europa ricca. Un settore, l'immobiliare, che cresce a ritmi annui tra il 20 e il 25 per cento e dove, tra l'altro, c'è apertura verso gli operatori stranieri, italiani in testa.

Una delle colonne portanti del boom lettone è però quello bancario. Il che ci avvicina alle vere ragioni del successo. In un Paese così poco popolato ci sono ben 23 banche. Il cui raggio d'azione supera i confini nazionali. E dove sbocca? In Russia. Sin dai tempi dell'Unione Sovietica, gli uomini d'affari di Mosca hanno usato Riga come piazza d'affari. E, nonostante i raffreddamenti politici per via del ▶

**Una veduta della capitale della Lituania, Vilnius.**

**Accanto, la Banca Hansa di Tallin e il porto della capitale estone.**



## Abstract Young Hopefuls



by Niccolò d'Aquino

**L**et's get one thing clear straightaway: the Baltic countries are tiddlers. Estonia, Latvia and Lithuania put together have a population of just 6.5 million people, accounting for a mere 0.5% of Europe's 27-nation economy. The average monthly wage in the three Baltic countries is a little over €300 – one reason why, a few years ago when the doors to the EU swung open, there was a mass exodus of young people. Each of these three countries has come to Brussels with their own particular and praiseworthy records and characteristics.

### ESTONIA: Europe's digital trailblazer

One cellphone for every two inhabitants; the internet in every one of the country's libraries (even the very smallest); a bureaucracy and education system that are entirely computerized; the record number of web connections of any of Europe's new entrants... Little wonder that more than one commentator has dubbed Europe's digital trailblazer Estonia. Estonia was the first country in the world to hold an online election; Wi-Fi is gratis everywhere; the bureaucracy has become paperless; 75% of the population pay their taxes via computer; and high-tech goods and services account for 40% of the country's exports. Estonia also boasts a world record of new online clients: over 400,000 out of a 1.3 million

population. Estonia reads like a template for the new e-economy. Of course, there is always a price to pay. Perhaps the biggest price for Estonia has been the country's total – some say excessive – opening up to foreign companies.

Since independence, the balance of trade between Estonia and Italy has been on a constant uptick, with Italy running a surplus. Italy's principal exports are machinery, followed by textiles, vehicles, metal products, manufactured products in plastic and rubber, and foodstuffs. Italy's main imports from Estonia are wood products, machines and spare parts, animal products, and metal items and products.

### LATVIA: An investment opportunity

There are major works afoot in Latvia, with the real estate sector taking the lead. Indeed, Latvia has made it to number 22 in the World Bank's table of the best countries in which to start up a business. This is a flattering position for a country with just 2½ million inhabitants and an annual per capita GDP of €8,500. The government is leading the charge with plans for major works such as two new power stations (one gas-fired, the other still running on coal). The construction industry has been growing at annual rates of between 20% and 25%, and welcoming foreign companies too, including Italian firms. The banking sector is one of the major pillars of the economic boom in Latvia, which gives us a hint as to the true reason for the boom itself. Though it only has a

small population, the country is home to 23 different banks whose activities extend far beyond the nation's borders. Where? Russia. And Russia is still Latvia's number one market for exports.

It seems, however, that Italian companies have been slow on the uptake. Inward Italian investment totals just under €30 million, making it Latvia's 24th largest international investor – Switzerland is number one, followed by Estonia, Denmark and Germany. The trade figures are a little more positive. Italy's principal exports are reactors, boilers, mechanical devices, furnishings, machinery, and electric equipment, cars and textiles.

### LITHUANIA: The Baltic powerhouse

In 2003, Lithuania set a European record for growth – 8.9% – before slowing down. Compared with the other two Baltic republics, Lithuania was slightly slower to introduce economic reforms and undergo transition. Some of the consequences of this delay may still be seen: the country continues to suffer a lack of skilled workers after a great deal of young people emigrated. However, the country has taken great strides since then. Today Lithuania has its own banks, though the sector is highly concentrated in the hands of three main players (Seb Vilnius Bankas, Hansabank and Nord/LB), which account for 68% of the country's banking assets. Lithuania is on the march again. The country boasts a dynamic services sector, especially oil trade to and from the Russian enclave of Kaliningrad. Italian companies would do well to take an interest in Lithuania's significant number of textiles firms: there are more than 500 of them, many of which are exports-oriented. Trade between Lithuania and Italy continues to increase both in terms of exports and imports.



trattamento riservato ai lettoni di origine e lingua russa (sono un terzo della popolazione, ma non hanno diritto di voto, non possono lavorare negli uffici pubblici e hanno un passaporto diverso), i rapporti finanziari privilegiati continuano: anche se la Lituania è il primo partner commerciale lettone, la Russia resta il mercato d'elezione per le esportazioni. E la Lettonia, con i porti di Riga e Ventspils in prima fila, si conferma un ponte decisivo verso il mercato russo. L'Italia, però, non sembra aver ancora capito. Con quasi 30 milioni di euro è solo al 24 posto tra gli investitori esteri (prima è la Svezia, seguita da Estonia, Danimarca e Germania). L'interscambio, comunque, è in aumento ponendo l'Italia all'undicesimo posto tra i partner commerciali della Lettonia e al nono tra i Paesi esportatori verso Riga. Importiamo per lo più: legno e lavorati in legno,

**Estonia, Lituania e Lettonia hanno una popolazione di appena 6,5 milioni di abitanti, ma secondo gli esperti saranno il gruppo di testa della futura economia dell'Unione.**

prodotti tessili e in vetro. E vendiamo soprattutto: reattori, caldaie, apparecchi meccanici, mobili, macchine, apparecchiature meccaniche ed elettriche, automobili e articoli tessili. Per un ammontare totale di poco superiore ai 150 milioni di euro anni. Ma si può fare di più.

#### **LITUANIA: la locomotiva baltica**

Qualche anno fa, nel 2003, aveva realizzato il record: il più alto tasso di crescita economica d'Europa, l'8,9 per cento. Poi la Lituania aveva avuto un rallentamento. Provocato dallo scandalo che, nel 2004, aveva portato alla cacciata del presidente Rolandas Paksas, accusato di amicizie con la mafia russa. Ma anche da rigurgiti di "resistenze" politiche e sociali: rispetto ai governanti e agli imprenditori di Estonia e Lettonia, entrati velocemente nella mentalità dell'economia di mercato, quelli di Vilnius hanno inizialmente stentato ad abbandonare la filosofia garantista e statalista di stampo sovietico.

La fine della dipendenza dall'ingombrante e potente vicino aveva inoltre lasciato la Lituania senza istituzioni bancarie, priva di una propria moneta locale e senza il concetto giuridico di proprietà privata. Rispetto alle altre due Repubbliche baltiche, le riforme economiche e i processi di transizione sono quindi avvenuti con un leggero ritardo. Qualche conseguenza ancora si vede. Per esempio nella mancanza di manodopera qualificata, provocata anche dalla forte

emigrazione dei giovani. Ma il gap è stato sostanzialmente recuperato.

Oggi le banche ci sono, anche se il settore è altamente concentrato: con tre istituti principali (Seb Vilnius Bankas, Hansabanks e Nord/LB) che coprono il 68 per cento del patrimonio bancario. E, fatto interessante per gli operatori stranieri, sono aperte alla proprietà straniera che rappresenta l'87 per cento del capitale delle banche commerciali. E la Lituania ha ripreso a marciare. Favorita, rispetto a Estonia e Lettonia, da alcuni fattori. Mentre le economie di Tallinn e Riga ruotano sostanzialmente attorno ai poli di sviluppo delle due capitali, la Lettonia può contare su uno sviluppo uniforme di differenti poli urbani: oltre a Vilnius, sono molto attive Klaipeda, Kaunas, Panevezys. E la limitata consistenza della popolazione russosofona (appena il 10 per cento, quasi tutto rappresentato dal personale della centrale nucleare di Ignalina e dalle loro famiglie che verrà chiusa e sostituita da un impianto più moderno) evita problemi sociali.

L'asse portante della produzione lituana – aiutata anche dall'afflusso dei fondi strutturali Ue – si è quindi concentrata sulle industrie alimentari e quelle per la lavorazione del legno. Mentre uno dei settori più dinamici è quello dei servizi, cioè soprattutto il commercio petrolifero da e verso l'enclave russa di Kaliningrad. La crescita, tipicamente, non è guidata dal consumo privato ma dagli investimenti fissi, per lo più immobiliari. L'ingente quantità di industrie tessili, oltre 500, per lo più orientate all'esportazione, può essere di interesse per gli operatori italiani. Non è un caso che l'interscambio con il nostro Paese stia registrando un incremento sia delle esportazioni sia delle importazioni. Per ora, comunque, il più grande contratto di vendita ottenuto da un'azienda italiana in Lituania (75 milioni di euro) è stato firmato da Alenia Aeronautica con le Forze armate locali.

# L'energia che viene dal sole

Sfruttando la radiazione solare, fonte sicura e inesauribile, il fotovoltaico si pone come la principale energia alternativa.

di Edoardo Massimi



**C**ento miliardi di dollari l'anno nel mondo. Secondo l'ultimo rapporto *State of the World 2008*, appena pubblicato dal Worldwatch Institute e dedicato allo sviluppo sostenibile, ammonterebbe a tanto l'affare globale dell'economia verde. Nel 2007 sono stati investiti oltre 60 miliardi di dollari in energie rinnovabili, contro i 50 dell'anno precedente, già in aumento del 30% rispetto al 2005. Ricorrere all'energia geotermica, idroelettrica, eolica e solare è sem-

pre più un'esigenza ambientale: circa il 90% dell'energia che utilizziamo attualmente proviene dalla combustione di fonti fossili, in particolare petrolio e gas con gravi conseguenze per il territorio che ci ospita e l'aria che respiriamo. Il nostro pianeta riesce a riassorbire solo la metà dei 25

**L'Italia è tra i Paesi che maggiormente importano energia dall'estero.**

miliardi di tonnellate di gas serra che le attività umane di vario tipo disperdono nell'atmosfera. Le infrastrutture legate a gas e petrolio muovono cifre enormi, qualcosa come 10 mila miliardi di dollari. Ma ai ritmi di consumo attuali – 1.000 barili di petrolio al secondo, pari a circa 2 litri a persona ogni giorno – i combustibili fossili non avranno lunga vita e bisognerà guardare sempre più verso valide alternative. E qualcuno lo sta già facendo. Nucleare a parte, ►

che però lascia ancora dei dubbi legati ai costi elevati, ai pericoli per l'uomo, allo smaltimento delle scorie e alle questioni politiche tra gli Stati del mondo, tra le energie definite rinnovabili, trova sempre maggiore spazio la generazione di energia elettrica dal sole: il fotovoltaico. Questo sfrutta la radiazione solare, una fonte considerata primaria, naturale, sicura, pulita e inesauribile per eccellenza, e con grandi potenzialità: un'ora di energia ricevuta dalla nostra stella equivale a quella che annualmente utilizziamo sul pianeta. E, considerando che avremo questa disponibilità ancora per 4-5 miliardi di anni, non ci resta che sfruttarla. È da oltre mezzo secolo, prima per applicazioni spaziali poi per esigenze terrestri, che le nuove tecnologie hanno creato sistemi in grado di convertire i raggi del sole in energia elettrica e i pannelli fotovol-

Una manifestazione per l'utilizzo di energia pulita. Il 90 per cento dell'energia che utilizziamo attualmente proviene dalla combustione di fonti fossili che inquinano sia il territorio che l'aria che respiriamo.



## Il rapporto di Legambiente

Alle stelle le emissioni di gas serra, rinnovabili in crescita ma al di sotto della media europea, efficienza energetica in negativo, aumento dei consumi dei trasporti. Questa la foto scattata nel rapporto annuale di Legambiente dedicato alla sfida energetica e climatica. In sintesi: nelle politiche energetiche e nella lotta al cambiamento climatico l'Italia è ancora indietro. Ma, fortunatamente,

taici sono l'esempio più concreto di ciò. Il mercato degli anni più recenti, in continua ascesa, sta dando ragione all'intuizione iniziale di utilizzare il principio fisico dell'effetto fotovoltaico di un comune materiale, il silicio, ancora oggi il più utilizzato per questa tecnologia. Solo nell'ultimo decennio, infatti, il mercato mondiale del fotovoltaico ha registrato incrementi medi del 30-40% annui. I più virtuosi sono Stati Uniti e Giappone, ma per restare ai nostri vicini la Germania, l'Olanda, la Svizzera, la Spagna e l'Austria hanno fatto passi da gigante. In particolare i tedeschi hanno attuato alcune leggi in favore delle energie pulite già nel 1991, insieme a tariffe incentivanti e volontà politica. Una lungimiranza oggi ripagata con la leadership a livello internazionale nell'esportazione di tecnologie a energia rinnovabile. La maggior parte dei componenti installati in Italia proviene infatti proprio dalla Germania, oltre che dal Giappone. Già, l'Italia: ma come siamo messi noi, in fatto di energia? Il nostro è tra i Paesi che

maggiormente importano energia dall'estero per soddisfare il proprio fabbisogno. «Non disponiamo di riserve significative di fonti fossili – spiega l'ingegner Carlo Privato, responsabile dell'Area Fotovoltaica del Dipartimento per Tecnologie per l'Energia, Fonti Rinnovabili e Risparmio Energetico dell'ENEA – ma da esse ricaviamo il 90% dell'energia che consumiamo, con una forte dipendenza dall'estero». Di fotovoltaico se ne parla tanto, ma se ne produce ancora poco. Dati e previsioni per il futuro, però, sono incoraggianti. Il freno, finora, è stato dovuto al sistema degli incentivi e alle lungaggini burocratiche, oltre che alla scarsa sensibilizzazione sul tema. Eppure l'etichetta di «Paese del Sole» dovrebbe spingere a investire molto su questa fonte: la posizione geografica della nostra penisola è pienamente favorevole per l'impiego dell'energia solare in maniera diffusa su tutto il territorio, in particolare le aree meridionali che ricevono una incidenza media maggiore rispetto alle regioni del Nord. Gli esperti calcolano che solo sfruttando tutti i tetti delle nostre abitazioni, ovvero una superficie pari a circa 800 chilometri quadrati, si ricaverebbe con il fotovoltaico il 40% del fabbisogno nazionale di elettricità. Secondo il Rapporto Energia e Ambiente dell'ENEA dal 1995 al 2004 la produzione di energia da fonti rinnovabili in Italia è aumentata sempre più: il fotovoltaico in questo arco temporale è raddoppiato, facendo registrare un incremento maggiore rispetto a idroelettrico e geotermoelettrico, ma inferiore all'eolico. Si prevede

te, ancora in tempo per raggiungere gli obiettivi fissati dalla UE per il 2020. Secondo lo studio siamo il terzo Paese europeo per emissioni di anidride carbonica, cresciute da noi dal 1990 del 12,1%, contro una diminuzione media in Europa del 7,9%. Nel settore elettrico le fonti rinnovabili hanno rappresentato nel 2006 il 16,6% della produzione nazionale, uno dei valori più bassi degli ultimi

anni. Tra il 2000 e il 2006 è però generalmente cresciuta la produzione di energia da rinnovabili: del 427% la produzione di energia eolica, del 364% la produzione elettrica da biomasse, del 124% la produzione da fotovoltaico, del 140% la produzione termica da solare. Ci sono grandi margini di crescita e miglioramento in questo settore.

che il mercato del fotovoltaico in Italia crescerà del 37% entro il 2010. Già nel 2006 l'aumento è stato superiore al 10% così come lo scorso anno. La palma d'oro delle regioni italiane più attive in questo settore spetta a Lombardia, Trentino, Emilia Romagna, Puglia, Veneto e Piemonte. Il merito è da attribuire anche al Conto Energia, uno strumento legislativo approntato nel 2005 dal Governo italiano per promuovere la produzione autonoma di energia elettrica da fonte solare. Attraverso una serie di incentivi il Conto Energia favorisce la realizzazione di impianti fotovoltaici per uso domestico, condominiale o industriale. Attualmente in Italia la potenza complessiva installata con il Conto Energia è di circa 80 Megawatt, un valore ancora contenuto se confrontato con quelli di altri Paesi europei, ma i programmi di incentivazione prevedono la realizzazione di 1.000 Megawatt nel 2015. Facili da allestire, utili per ogni tipo di edificio, i pannelli fotovoltaici hanno un impatto ambientale notevolmente ridotto per l'assenza di emissioni nocive e rumorosità di funzionamento. Oltre che ambientale, il vantaggio del fotovoltaico è però anche economico. L'investimento iniziale di circa 20 mila euro per un impianto da 3 chilowatt/ora (ovvero una trentina di metri quadrati di pannelli esposti al sole) viene ammortizzato in 8 anni; da quel momento in poi tutta la produzione di energia si tramuterà in guadagno. Nel corso dell'ultimo ventennio il costo dei pannelli fotovoltaici si è sensibilmente ridotto e secondo gli esperti si dimezzerà ulterior-

mente in pochi anni, almeno nelle regioni meridionali. Come si legge nel Rapporto sull'Incentivazione degli impianti fotovoltaici in Italia, pubblicato a fine gennaio 2008 dal Gestore dei Servizi Elettrici, tra l'ottobre del 2006 e il settembre 2007 sono entrati in esercizio oltre 3.000 piccoli impianti per la produzione di energia fotovoltaica e sono destinati a raddoppiare entro la fine dell'anno, passando dagli attuali 5.000 (pari a 60 Megawatt) a 10 mila. L'industria italiana ha tutte le capacità per arrivare a occupare un posto rilevante e strategico a livello mondiale nel settore delle fonti rinnovabili; manca ancora una sufficiente sensibilizzazione e informazione sui vantaggi connessi all'impiego dell'energia solare e sui contributi messi a disposizione per incentivarne l'utilizzo, ma siamo sulla buona strada.

## Abstract

# Energy from the sun

by Edoardo Massimi



Sfruttando tutti i tetti delle nostre abitazioni, pari a circa 800 chilometri quadrati, con il fotovoltaico si ricaverebbe il 40 per cento del fabbisogno nazionale di elettricità.

mente in pochi anni, almeno nelle regioni meridionali. Come si legge nel Rapporto sull'Incentivazione degli impianti fotovoltaici in Italia, pubblicato a fine gennaio 2008 dal Gestore dei Servizi Elettrici, tra l'ottobre del 2006 e il settembre 2007 sono entrati in esercizio oltre 3.000 piccoli impianti per la produzione di energia fotovoltaica e sono destinati a raddoppiare entro la fine dell'anno, passando dagli attuali 5.000 (pari a 60 Megawatt) a 10 mila. L'industria italiana ha tutte le capacità per arrivare a occupare un posto rilevante e strategico a livello mondiale nel settore delle fonti rinnovabili; manca ancora una sufficiente sensibilizzazione e informazione sui vantaggi connessi all'impiego dell'energia solare e sui contributi messi a disposizione per incentivarne l'utilizzo, ma siamo sulla buona strada.

At present, 90% of the energy used in Italy comes from burning fossil fuels. Oil and gas will not last forever at current rates of consumption, which is why it is increasingly important to seek valid alternatives: renewable sources of energy. According to the State of the World 2008 report published recently by the Worldwatch Institute, the green economy is worth around \$100 billion per year globally. Over \$60 billion was invested in renewable sources of energy in 2007, compared with \$50 billion in the preceding year. Renewable sources include photovoltaic energy, which takes advantage of the sun's rays to produce electricity. The market for this energy is on a constant uptick, registering average annual growth in the region of 30%-40% over the last decade.

The United States, Japan, Germany, Holland, Switzerland, Spain and Austria are all at the forefront of photovoltaic energy production. What about Italy, the land where the sun so often shines? So far, the country has only produced minimal amounts of photovoltaic energy. What has hindered growth is a system of incentives riddled with bureaucratic delays, exacerbated by a lack of public awareness. However, the future for photovoltaic energy in Italy is looking brighter. Over the last decade, the Italian photovoltaic energy market has doubled; it is expected to grow a further 37% by 2010. Double-digit increases were registered in both 2006 and 2007, boosted by the Conto Energia, an incentives programme developed in 2005 by the government to boost autonomous production of solar electricity. The incentives have helped to boost the number of photovoltaic systems installed in homes, blocks of flats and industry. Over 3,000 new small solar energy production systems went online between October 2006 and September 2007. This figure is set to double by the end of 2007, rising from 5,000 (corresponding to 60 Megawatts) to 10,000. Italian industry now looks set to play a significant global role in the renewable energy industry.

# L'acciaio diventa software

Presentazione della ricerca condotta da Siderweb.com, in collaborazione con Accenture. Partner tecnico Euler Hermes SIAC. La siderurgia rappresenta uno dei settori su cui la Compagnia da tempo sta focalizzando la propria attenzione. Tra i suoi assicurati vanta i principali protagonisti del comparto.

A cura dell'Ufficio Stampa Euler Hermes SIAC

Quale futuro ha la siderurgia italiana in un mondo che in pochi anni ha cambiato radicalmente volto? Impennata nei prezzi, acquisizioni, concentrazioni, mercati instabili, sono all'ordine del giorno e si susseguono ad un ritmo vorticoso, con un effetto domino che sta investendo tutta la filiera.

“L'acciaio diventa software” è questo: una ricerca sull'impatto che la globalizzazione ha sull'assetto dell'acciaio italiano e un aiuto concreto agli operatori per orientarsi nel vortice dei cambiamenti epocali in atto. Lo studio, voluto da Siderweb.com, il portale della siderurgia italiana, è stato realizzato in collaborazione con Accenture e con la sponsorizzazione di Euler Hermes SIAC.

L'edizione, unica nel suo approccio analitico e strategico, è stata redatta da Hans Wouters, senior manager di Accenture, che si è concentrato sull'aspetto relativo alla produzione dell'acciaio e dal professor Rino Ferrata, docente di Strategia e Politica aziendale dell'Università di Brescia, che ha trattato il ramo della distribuzione e dei centri di servizio.

«L'obiettivo di questo lavoro – ha dichiarato Emanuele Morandi, presidente di Siderweb SpA – è quello di invitare gli operatori dell'acciaio a trovare uno spazio comune di cooperazione, per riflettere dal punto di vista strategico. Il mondo dell'acciaio sta cambiando: insieme dobbiamo gettare i semi per una nuova cultura d'impresa più orientata al gioco di squadra che ad una visione individualistica». «In Italia, un'ulteriore fase di consolidamento del settore è ormai alle porte – ha spiegato Hans Wouters –. Fra le strade che verranno seguite, ci saranno soprattutto le alleanze e joint venture con i grandi produttori stranieri, come quelli dell'Est Europa. Probabilmente, non



Un momento della conferenza stampa di presentazione della ricerca “L'acciaio diventa software”.

mancheranno nemmeno acquisizioni all'estero e dall'estero e, perché no, fusioni fra produttori italiani di dimensioni simili. Nel frattempo, abbiamo visto l'ingresso di un grande operatore nella distribuzione italiana, che sicuramente troverà seguito».

## Michele Pignotti è il nuovo Amministratore Delegato di Euler Hermes SIAC

MICHELE PIGNOTTI è nato a Napoli il 29 marzo del 1964, e ha fatto il suo ingresso in Euler Hermes SIAC nel dicembre 2004, ricoprendo il ruolo di Direttore Centrale Commerciale e Marketing, con il compito di consolidare la leadership di Euler Hermes sul mercato italiano e di sviluppare le potenzialità dei servizi, connessi all'assicurazione dei crediti, che creano valore aggiunto per le Imprese.

In precedenza, Pignotti aveva ricoperto la carica di European Marketing Manager presso Sara Lee Personal Products, prima di consolidare la sua esperienza in Telecom Italia Wireline dove, dal luglio 2000 a fine 2004, è stato Direttore Marketing della Divisione Business.

La nomina di Pignotti assume un particolare significato poiché si tratta di un'importante carica

attribuita a un manager italiano nel contesto di una Compagnia Internazionale di grandi dimensioni.

«Di fronte alla complessità dello scenario economico – ha dichiarato Pignotti – le imprese italiane devono contribuire da protagoniste alla crescita del Paese. Per farlo hanno bisogno di operare in un quadro di certezze e di strumenti evoluti di risk management».

«Investire nello sviluppo delle proprie attività – ha aggiunto Pignotti – si conferma come un imperativo da perseguire con strumenti in grado di mettere al riparo le imprese dai rischi commerciali che corrono. Tendere la mano al mondo produttivo italiano affinché possa conquistare anche i più lontani mercati internazionali è il cuore della nostra attività, che svolgiamo tenendo in considerazione il profitto dei nostri clienti, impegnandoci con loro ad esaltare il valore unico del Made in Italy».

# La campagna pubblicitaria europea di Euler Hermes e del suo mondo "businessable"

di Guglielmo Santella, Ufficio Advertising e Sponsorship

Come leader mondiale dell'assicurazione crediti, godiamo di sufficiente notorietà presso le imprese? Le imprese sanno che grazie al nostro know how possiamo aiutarle ad espandersi ovunque in piena sicurezza?

La prima Campagna Pubblicitaria Euler Hermes, on air in tutta Europa, serve a farci conoscere di più parlando della nostra attività, del nostro impegno, della nostra visione del mestiere di assicuratore crediti, partner delle Imprese.

... E per descrivere come favoriamo il successo commerciale dei nostri clienti abbiamo inventato una parola: Business+ able = *businessable*

L'idea creativa prevede in ogni annuncio che il mirino Euler Hermes delimiti una zona nitida su uno sfondo sfocato.

Il messaggio è chiaro:

**Grazie alla nostra esperienza i clienti possono identificare nuovi mercati, partner e perfino prodotti più "businessable". Con Euler Hermes il mondo degli affari diventa più semplice.**

I visual che si alterneranno sono tre:

## Planet

Per lanciare il concetto "businessable", l'annuncio che dà il via alla campagna sottolinea la dimensione mondiale del Gruppo e la molteplicità delle sue soluzioni di assicurazione crediti.

Apriamo le porte di un mondo "businessable". (v. 3.a di copertina de LA RIVISTA)

## World Map

Nell'annuncio World Map molteplici mirini "businessable" evidenziano la valenza internazionale e la capacità d'analisi dei nostri team che operano in circa 50 Paesi, per valorizzare la nostra conoscenza dei mercati e del tessuto economico locale.

## Spot Partners

In Spot Partner si evidenzia che il Gruppo fornisce ai propri clienti informazioni sulle aziende con cui intendono lavorare, garantendo loro relazioni commerciali "businessable", dimostrando di essere il loro partner di fiducia.

(v. 4.a di copertina de LA RIVISTA)

L'Agenzia scelta dai responsabili della Comunicazione è la Harrison & Wolf di Parigi. Il Media Plan dell'Italia prevede uscite sui canali stampa, "Il Corriere della sera", "Il sole 24 ore" e riviste specializzate di settore, nel periodo febbraio-marzo e settembre-ottobre.

## 5 minuti per la vita...

Un équipe primo soccorso e un defibrillatore a Euler Hermes SIAC.

Una équipe di primo soccorso ed un defibrillatore in Euler Hermes SIAC.

In Italia ogni anno, si verificano 65.000 /70.000 casi di arresto cardiaco, dei quali, circa 1/3, avviene sul posto di lavoro o in strada.

Al verificarsi di questi tragici episodi, risulta sempre e comunque decisiva, la tempestività dei soccorsi.

Il tempo ideale d'intervento per prestare i primi soccorsi, secondo dei parametri internazionali, è di 3 minuti, mentre il tempo limite, risulta essere di soli 5 minuti.

Considerando il fatto che per motivi di varia natura, i tempi d'intervento di una ambulanza non possono essere rapidissimi, in attesa del personale sanitario, l'unica arma possibile per fronteggiare queste drammatiche situazioni, è quella di attuare, nel più breve tempo possibile, le manovre di rianimazione cardiopolmonare unitamente alla

defibrillazione cardiaca precoce.

Grazie alla sensibilità dimostrata da EH SIAC nell'affrontare i delicati temi della sicurezza sul posto di lavoro, gli addetti alle suddette squadre hanno avuto l'opportunità di poter frequentare il corso BLS-D (Basic Life Support and Defibrillation), tenuto dal Dott. Alessandro Trevisan, responsa-

bile del centro di formazione IRC/ERC Italian Resuscitation Council/European Resuscitation Council - Lido di Roma.

Al termine del corso, superato con soddisfazione di tutti i partecipanti, EHSIAC ha formalizzato l'ordine per l'acquisto di un defibrillatore semi automatico, già attivo presso la nostra struttura.

A. Bernardini / A. Caltabiano  
Coordinatori emergenze

## L'équipe primo soccorso

