



Marketing Oggi

IN EDICOLA
E IN DIGITALE

Gentleman
IL MENSILE PER GLI UOMINI CHE AMANO LA VITA

www.classabbonamenti.com

IL QUOTIDIANO DEI PROFESSIONISTI DI MARKETING, MEDIA E PUBBLICITÀ

A MilanoParigiCapitali 2022 le chances delle aziende grazie alle sinergie tra i due paesi

Italia-Francia, talenti da unire Dall'energia alla mobilità, ecco le sfide attuali e future

DI MARCO A. CAPISANI

C'è la transizione energetica da affrontare in tutta Europa ma, dall'economia circolare alla mobilità fino alle nuove tecnologie digitali, emergono anche le prossime sfide per i paesi comunitari che spesso si muovono frammentati, promuovendo politiche industriali disgiunte, con obiettivi differenti e conseguenze sulle singole aziende per cui andare su un mercato straniero non diventa facile. Quindi, in un'Unione europea dalla strategia disarticolata, «Francia e Italia hanno deciso di stipulare il Trattato del Quirinale anche perché pensano di poter influire insieme su quella che è la vicenda dell'Europa», ha dichiarato ieri **Paolo Panerai**, editor in chief e ceo di Class Editori, durante la prima giornata di MilanoParigiCapitali 2022, evento in calendario fino a domani su ClassCnbc (Sky 507), milanofinanza.it e Zoom per discutere dell'agenda Ue alla luce delle relazioni italo-francesi. MilanoCapitali è infatti l'evento che Class Editori dedica a Milano e al ruolo che la città riveste come Capitale dei capitali, delle banche e della finanza, oltre che luogo di elezione per l'industria, il fashion o il design. L'edizione di quest'anno (in collaborazione con Irefi-Istituto per le relazioni economiche Francia-Italia e col quotidiano



Andrea Vismara



Fabrizio M. Romano



Stéphane Boujnah

parigino *Le Monde*) si apre alla Francia divenendo per l'appunto MilanoParigiCapitali 2022, dopo la sottoscrizione lo scorso novembre del Trattato del Quirinale per una cooperazione bilaterale rafforzata.

Alla base delle relazioni tra i due paesi, però, c'è il paradosso della prossimità per cui anche due nazioni così vicine per cultura e tradizione soffrono di mancata comprensione interculturale, che blocca sul nascere molti accordi tra aziende, oltre alla presenza di barriere normative e burocratiche. Non solo, a interferire ulteriormente ci si mette anche la concorrenza di altri paesi: sul fronte dei mercati finanziari, per esempio, «Euronext è cruciale per l'Italia», ha precisato Panerai, «ma all'interno di Euronext c'è una problematica fon-

damentale: tra i fondatori originali ci sono anche gli olandesi e proprio l'Olanda porta via le quotazioni dalla borsa di Milano».

Quali soluzioni si prospettano allora? Intanto, «la soluzione al paradosso della prossimità, che ostacola gli accordi tra Francia e Italia, è andare a ricercare l'unione dei talenti», ha dichiarato **Fabrizio Maria Romano**, presidente di Irefi (Istituto per le relazioni economiche Francia-Italia). «Se poi ci può essere diffidenza, per esempio dopo lo shopping fatto dai grandi gruppi transalpini del lusso in Italia, le acquisizioni vanno valutate in base ai risultati che portano e alle potenzialità», guardando tra gli altri al caso Gucci, di proprietà francese ma con la produzione mantenuta in Toscana. Nel caso specifico di Euronext, «ormai i

due paesi più importanti del sistema sono l'Italia, che rappresenta un terzo del fatturato, e la Francia. Dato ancora più concreto è che, a giugno, abbiamo trasferito i data center da Londra a Bergamo», ha risposto **Stéphane Boujnah**, ceo di Euronext. «E' vero che alcune società scelgono Amsterdam, anche tramite Euronext, per quotarsi e lo fanno perché vi sono dei dispositivi di gestione fiscale molto più disponibili rispetto ad altri paesi Ue. C'è pure del delisting un po' dappertutto in Europa. In Italia ci sono aziende importanti che decidono di delocalizzare le loro quotazioni ma non è un problema specifico tricolore. Guardando gli ingressi in borsa di quest'anno, all'interno del gruppo di Euronext, siamo a un terzo rispetto al 2021, e abbiamo lo stesso

numero di ingressi in borsa a Milano e Parigi».

Comunque sia, meglio focalizzarsi su due punti, è intervenuto **Andrea Vismara**, ceo di Equita group: «in Italia abbiamo due fenomeni principali da correggere, uno è la diminuzione delle grandi società quotate, per cui sul mercato principale il saldo netto è molto negativo, ma questo è vero anche a livello mondiale. Il fenomeno tutto italiano, invece, riguarda quei soggetti che decidono di evitare il mercato tricolore. Questo mette in luce la necessità di guardare criticamente al nostro sistema e renderci più competitivi», ha suggerito Vismara. Sullo sfondo comunque, a giudizio di **Giovanni Brianza**, a.d. di Edison Next, va affrontato il tema più ampio della «politica industriale tricolore. L'Italia è da tanto tempo che fatica ad avere una visione chiara su dove andare a livello industriale». Senza dimenticare la burocrazia, i complicati iter delle gare pubbliche, gli obiettivi di governo che cambiano al variare della maggioranza parlamentare.

Tradotto sul fronte dei capitali, per esempio: «la difficoltà più grande per le imprese italiane è rappresentata dall'andare sul mercato principale; andare su Euronext è invece veloce, le procedure sono molto più snelle», ha detto **Giovanni Natali**, a.d. e d.g. di 4Aim Sicaf.

— Riproduzione riservata —

Dreyfus (Le Monde): collaborazione anche nei media. A livello Ue e in difesa dagli ott

DI MARCO A. CAPISANI

La collaborazione Italia-Francia va sviluppata anche in ambito media. Correndo su due binari: quello che porta a regole condivise a livello europeo e, poi, puntando ad alleanze più forti tra case editrici. Ieri a MilanoParigiCapitali 2022, **Louis Dreyfus**, a.d. del gruppo Le Monde, ha ricordato il progetto di regolamento Ue che la Commissione europea intende presentare alla fine della settimana prossima a tutela dell'indipendenza e della libertà dei mezzi d'informazione, dopo i precedenti in Polonia, Ungheria e Grecia.



Louis Dreyfus

Ma soprattutto Dreyfus ha ribadito «l'importanza d'investire nei contenuti, aumentarne la qualità e il numero di giornalisti a disposizione», per poi poter «valorizzare meglio il proprio lavoro di fronte agli over-the-top, coi quali si bisogna collaborare, visto che conoscono ogni meccanismo digitale, ma dai quali occorre difendere i propri contenuti». A oggi il quotidiano parigino dichiara complessivamente 470 mila abbonati digitali. In organico ci sono, in tutto, 530 giornalisti circa.

— Riproduzione riservata —

Zur Nedden: un'authority per il mercato unico Ue

DI MARCO LIVI

«L'Europa deve capire che dobbiamo arrivare a un'Authority unica. C'è bisogno di avere un regolatore unico per tutte le vicende finanziarie europee. Forse così arriveremo anche all'idea di creare veramente un mercato unico e non l'aggregazione di vari orti regionali curati molto bene. Se riusciamo ad aver un sistema unico e regole uguali per tutti, gli investitori possono concentrarsi sulla bontà dell'investimento e non su questioni regolamentari», ha sintetizzato così, ieri durante la prima giornata di MilanoParigiCapitali 2022 Corinna zur Nedden, manager da oltre 20 anni nell'equity capital market, con un track record di più di 60 Ipo in Italia e all'estero, oggi alla guida di Ambromobiliare come a.d. e alla presidenza di Mit Sim.

— Riproduzione riservata —