

COFAMAGAZINE

LA RIVISTA DI COFACE DESTINATA A CLIENTI E PARTNER
n° 44 | Periodico trimestrale

coface
FOR SAFER TRADE

GERMANIA

2017 solido ma riflettori
puntati sulle elezioni federali

Buck: Industria
4.0, partnership
dell'innovazione per
Italia e Germania

La doppia velocità
della Cina

La "Burgernomics"
del Big Mac Index

L'eccellenza
tutta italiana
di Cantine
Settesoli



Sommario

Editoriale

Per l'Europa un 2017 impegnativo 3

Primo piano

Nel 2017 una Germania solida grazie ai consumi privati 4

Ritardi di pagamento per l'84% delle imprese tedesche 10

Intervista

Il futuro di Italia e Germania nel nome dell'industria 4.0 16

Scenario

Una Cina a due velocità 18

Case history

Cantine Settesoli, il vino siciliano alla conquista di Germania e Stati Uniti 22

Micro-Macro

Il Big Mac Index compie trent'anni 24

News

Riconoscimenti e novità per Coface 28

Dicono di noi

30

COFAMAGAZINE

Numero 44 - dicembre 2016
Periodico trimestrale

EDITORE

Compagnie française d'assurance
pour le commerce extérieur S.A.
Rappresentanza Generale per l'Italia
Via Giovanni Spadolini, 4
20141 Milano
Tel. 02 48335.111
Fax 02 48335.404
www.coface.it

DIRETTORE EDITORIALE

Ernesto De Martinis

DIRETTORE RESPONSABILE

Ernesto De Martinis

Registrazione del 04/04/1998
Con il num. 558 presso il Tribunale
di Milano

COORDINAMENTO EDITORIALE

iCorporate s.r.l.
Direzione Marketing &
Comunicazione di Coface in Italia

IMPAGINAZIONE

2C Creative & Interactive

Questo numero è stato chiuso in
redazione il 29 dicembre 2016

Per l'Europa un 2017 impegnativo

La frenata del commercio mondiale non impensierisce la Germania, che quest'anno secondo le stime di Coface metterà a segno un aumento del Pil dell'1,8%. Il prevedibile calo del commercio estero della maggior economia europea verrà infatti compensato da un aumento dei consumi interni, a sua volta alimentato dagli alti livelli di occupazione. Restano però grandi incognite in alcuni dei principali Paesi di destinazione delle merci tedesche, come la Gran Bretagna alle prese con Brexit, la Cina in progressivo rallentamento e gli Stati Uniti, dove il nuovo presidente Trump ha annunciato misure protezionistiche.

Come spieghiamo in questo numero di Cofamagazine, la Germania ha comunque davanti a sé importanti sfide. A partire da quella elettorale, con Angela Merkel a caccia del quarto mandato alla cancelleria che si ritrova a contrastare la progressiva ascesa della destra euroscettica di "Alternativa per la Germania". La situazione non esaltante di alcune economie europee poi ha riflessi anche in terra tedesca, dove circa l'84% delle imprese (in particolare quelle esportatrici) sono colpite da ritardi di pagamento da parte dei clienti, come rivela uno studio di Coface.

Fondamentale resta la sfida dell'Industria 4.0, il salto

tecnologico indispensabile alla struttura produttiva tedesca per restare il passo con la globalizzazione. In questo contesto, come ricorda nella nostra intervista il Consigliere Delegato della Camera di Commercio Italo-Germanica Jörg Buck, è importante una stretta collaborazione tra Italia e Germania per consentire alle due maggiori potenze industriali continentali di giocare un ruolo di primo piano nell'evoluzione dell'economia europea.

Evoluzione che è necessaria anche alla luce del rallentamento della Cina, uno degli sbocchi eccellenti del made in Germany. Nel 2015 l'economia cinese è cresciuta del 6,9%, il passo più lento da 25 anni, e secondo le stime di Coface quest'anno e il prossimo continuerà a rallentare, probabilmente senza raggiungere il target medio del 6,5% fissato dal governo nel piano quinquennale 2016-2020. Questo rallentamento è però solo la media di Trilussa tra settori che continuano a correre e altri in decisa frenata: come spieghiamo nella sezione Scenario, le riforme strutturali di Pechino spostano progressivamente il baricentro dell'economia sui consumi, contribuendo a una spaccatura tra i settori con ottime prospettive (come la farmaceutica) e quelli ad alto rischio (per esempio costruzioni e industria metallurgica).



Ernesto De Martinis,
CEO di Coface Italia

In questo contesto di rallentamento del commercio internazionale, con la WTO che stima per il 2016 una crescita degli scambi di appena l'1,7%, le imprese italiane continuano a dare prova di coraggio e creatività. In questo Cofamagazine raccontiamo per esempio la storia di Cantine Settesoli, la più grande azienda vitivinicola siciliana, presente sui mercati esteri da oltre quarant'anni e ora pronta a un lancio in grande stile dei suoi brand nella grande distribuzione tedesca e, in futuro, statunitense.

Nella sua progressiva espansione, che l'ha portata a essere presente in quaranta Paesi realizzando all'estero il 60% del fatturato, Cantine Settesoli ha sviluppato con Coface una collaborazione definita dall'azienda «aperta e trasparente, fondamentale per attenuare il rischio del credito». Non è la sola. Centinaia di imprese lavorano quotidianamente assieme a noi per fronteggiare rischi macroeconomici e geopolitici in rapida evoluzione.

Nel 2017 una Germania solida grazie ai consumi privati

Berlino sarà in grado di compensare il rallentamento dell'export con la spesa delle famiglie. Resta però l'incognita delle elezioni politiche federali di settembre.



Berlino, Porta di Brandeburgo

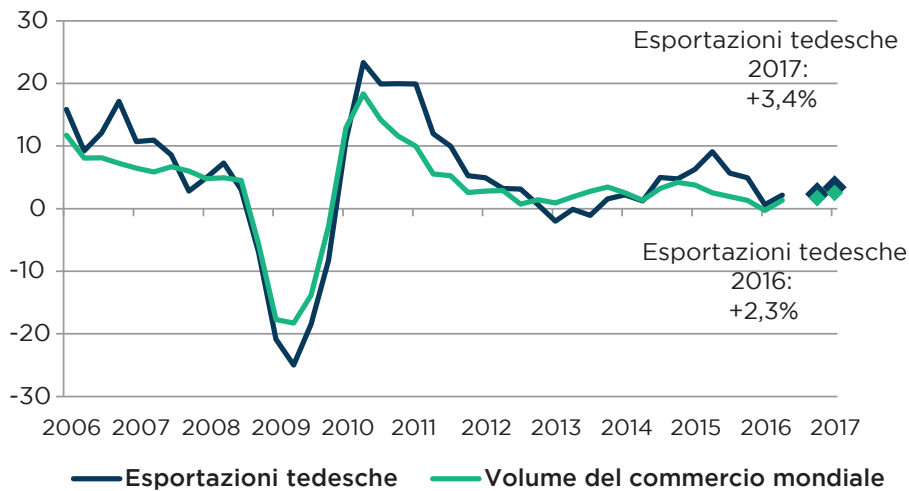
La Germania resta un'economia solida, con un Pil che si stima crescerà dell'1,8% nel 2016 e che avrà una buona progressione anche nel 2017, trainato dai consumi privati (a loro volta alimentati principalmente dagli alti livelli di occupazione). I rischi per

l'economia tedesca potrebbero arrivare dal commercio estero, con le esportazioni che si prevede crescano solo del 2,3% nel 2016 e del 3,4% nel 2017. Il commercio globale è, infatti, destinato a una crescita moderata, con rischi specifici in alcuni dei maggiori Paesi di riferimento per le

esportazioni tedesche, come Gran Bretagna, Cina e Stati Uniti. Al di là dell'Atlantico, poi, l'impatto economico dell'elezione di Donald Trump non è ancora chiaro.

«Nonostante le prospettive stabili dell'economia, le imprese in Germania non possono abbassare la guardia nel 2017 - sottolinea

Crescita del commercio mondiale e dell'export tedesco (2006-2017)



Fonte: World Trade Organisation (WTO) e Coface
Previsioni per il 2016 ed il 2017

Mario Jung, economista di Coface per il Nord Europa - Esistono rischi esterni che potrebbero avere un impatto particolarmente negativo sull'economia del Paese, orientata verso l'export. Inoltre, dopo le faticose riforme portate a termine dalla Grande Coalizione, non possiamo attenderci nuove misure di politica economica su vasta scala da parte del prossimo Governo».

/ Il rallentamento dell'export

Nel primo trimestre del 2016, per la prima volta dall'autunno 2010, la crescita delle esportazioni tedesche ha subito una battuta d'arresto, a causa del leggero rallentamento di volumi del commercio mondiale. La ripresa dell'economia, infatti, a livello globale, non si sta rivelando



Brandeburgo estrazione del carbone

particolarmente dinamica.

Gli esportatori tedeschi hanno registrato un leggero miglioramento nel secondo trimestre, dovuto a una piccola ripresa del commercio mondiale, al quale sono strettamente legate. Nel 2017 le prospettive sono improntate ad un cauto ottimismo, anche se il rallentamento dell'economia in quattro dei cinque più importanti Paesi di riferimento dell'export tedesco sarà di particolare importanza.

Per la Gran Bretagna, terzo maggior Paese di riferimento, Coface stima un significativo calo della crescita, dall'1,9% allo 0,9%, in gran parte dovuto alla Brexit. Si prevede che ciò possa avere un serio impatto sulle esportazioni tedesche. Simile il trend in Cina e negli Stati Uniti, importanti Paesi clienti della Germania, che contano per una quota di circa il 9% dell'export totale. E anche la Francia, il secondo maggiore destinatario delle esportazioni tedesche, nel 2017 potrebbe soffrire di una leggera battuta

d'arresto nella crescita economica. Questo impatto negativo sarà in parte compensato dal miglioramento economico di altri Paesi, per esempio gli emergenti e quelli in via di sviluppo, che contano per circa il 30% delle esportazioni tedesche.

La forza dei consumi privati

«Le solide prospettive di crescita dell'economia tedesca sono principalmente legate all'andamento dinamico dei consumi privati - spiega Mario Jung - la cui spesa accelererà ulteriormente nel 2017 raggiungendo il 2%, in crescita dall'1,9% del 2015 e dall'1,6% del 2016. Ma se allarghiamo lo sguardo, la crescita media dei consumi privati tra il 2006 e il 2014 è risultata solo dello 0,8%, con le esportazioni nette a trainare la progressione dell'economia tedesca». Nel 2017, l'impulso alla crescita legato alle esportazioni nette potrebbe essere fiacco ma Coface prevede che questo forte dinamismo della spesa in consumi

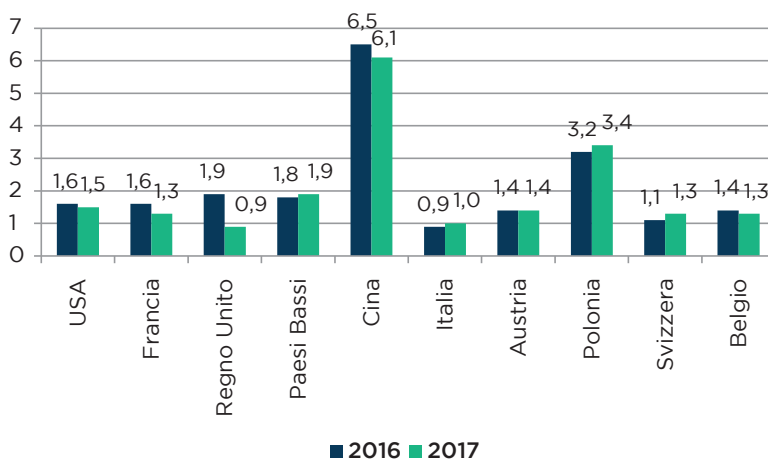
privati assicurerà una crescita del prodotto interno lordo dell'1,7%, contribuendo per due terzi (pari a 1,1 punti percentuali).

Salari in crescita

Gli stipendi reali in Germania sono in aumento fin dal 2014: nel 2016, come durante l'anno precedente, hanno sfoggiato un incremento del 2,5%. Gli incrementi salariali si devono a una maggior forza negoziale dei sindacati, legata al miglioramento dei livelli occupazionali sul mercato del lavoro. In alcuni settori - come i servizi sociali e l'ingegneria - c'è addirittura carenza di manodopera.

Assieme all'aumento dei salari nominali, anche il calo dell'inflazione ha contribuito alla forte crescita dei salari reali. I prezzi al consumo sono scesi dal 2% del 2012 ad appena lo 0,3% nel 2015. In futuro però dovrebbero tornare a crescere, portandosi all'1,4%, per l'aumento del prezzo dell'energia: questo determinerà un rallentamento

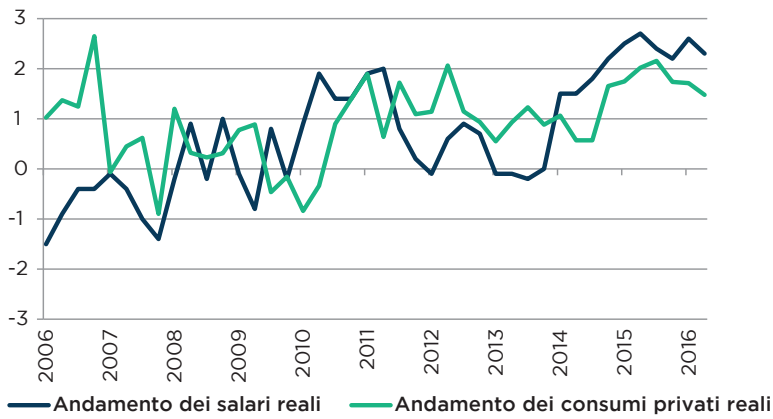
Crescita economica nei dieci Paesi più rilevanti per l'export tedesco (2016-2017)



Un'economia che conferma prospettive positive, ma con incognite politiche da tenere in alta considerazione

Fonte: Coface - Previsioni per il 2016 ed il 2017

Andamento dei salari reali e dei consumi privati reali (2006-2016)



Fonte: Destatis, Coface

della corsa dei salari reali all'1-1,5% nel 2017. Mentre i minimi salariali dovrebbero essere incrementati del 4%, a beneficio di 2-3 milioni di lavoratori tedeschi.

/ I record del lavoro del 2016

Intanto il tasso di disoccupazione è sceso nello scorso ottobre al 6%, minimo storico mai toccato dalla riunificazione. Il numero dei senza lavoro è sceso di 13mila unità a 2,662 milioni, le attese degli economisti per un calo più contenuto di mille unità. I dati forniti dall'Agenzia federale del lavoro sono destagionalizzati: il dato grezzo è al 5,8%, in calo anch'esso di un decimale. Sempre in termini grezzi il numero dei senza lavoro cala di 68.000 unità, toccando i 2,54 milioni: 109.000 disoccupati in meno rispetto allo scorso anno.



Amburgo, veduta aerea della City Hall

/ L'aumento dell'occupazione

Nonostante un leggero rallentamento, i salari reali in Germania continueranno quindi ad aumentare anche il prossimo anno, fornendo ulteriore benzina ai consumi privati. Ma in Germania è anche previsto un aumento dell'occupazione compreso tra lo 0,9% e l'1,2%, che rappresenterà altro carburante per la spesa delle famiglie.

Nel 2017 la crescita dell'occupazione rallenterà soltanto di poco, spiega l'Agenzia Federale per il Lavoro tedesca, che indica come la richiesta delle aziende sia destinata a restare forte nei settori del commercio, della sanità e dei servizi sociali, ma anche nel manifatturiero, nei servizi alle imprese e nelle occupazioni temporanee.

Tutti questi segnali indicano una grande forza del mercato del lavoro tedesco. Nel 2017 il numero di occupati dovrebbe toccare per la prima volta quota 44 milioni. Con questi numeri la crescita dei consumi sarà inevitabile.



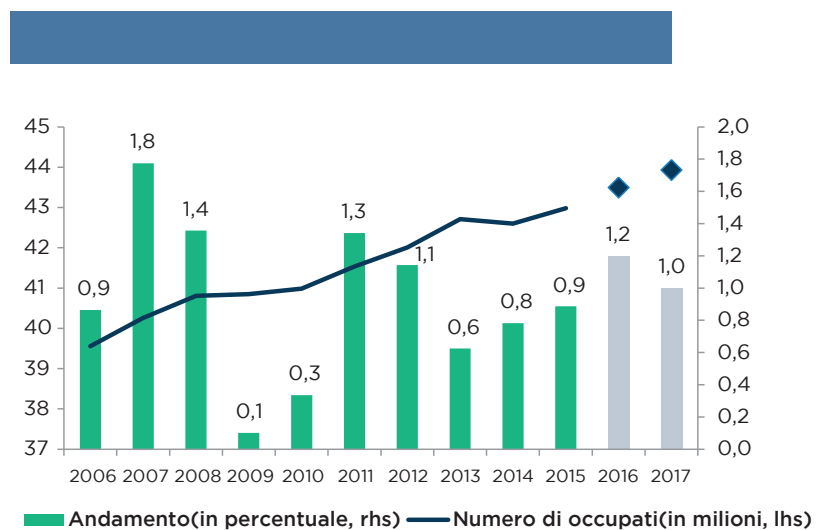
Berlino, Palazzo del Reichstag

/ La sfida elettorale del 2017

Data per favorita nei sondaggi, Angela Merkel (che si è presentata per un quarto mandato alla cancelleria) dovrà affrontare i problemi della polarizzazione della società tedesca sull'immigrazione e del crescente successo della destra populista alle elezioni regionali. Cresce infatti in Germania l'ostilità nei confronti dei migranti, dopo l'arrivo di oltre un milione di rifugiati proprio grazie alla politica di accoglienza caldeggiata dalla cancelliera.

E' improbabile che i partiti della coalizione di Governo escano indenni dalle elezioni federali del 2017. Secondo i sondaggi, sia la CDU che la SPD hanno consensi minori di quelli ottenuti alle ultime elezioni parlamentari del

Numero di occupati e loro aumento percentuale (2006-2016)



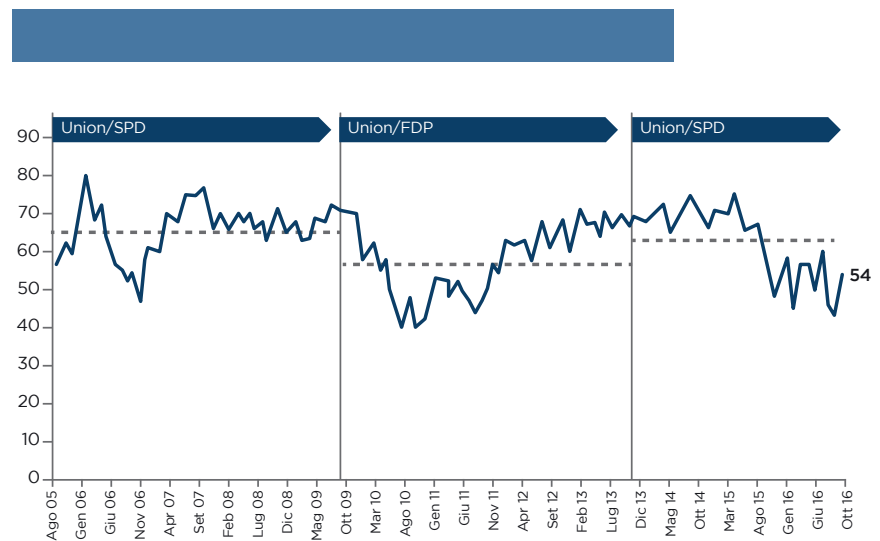
Fonte: Destatis, Coface - Previsioni congiunte 2016 e 2017 e previsioni di Coface

settembre 2013.

Il quadro politico complessivo per il futuro del Governo Federale è comunque stabile. Secondo i sondaggi, però, solo la Grande Coalizione avrebbe la certezza di ottenere una maggioranza assoluta, mentre ogni altra combinazione di due partiti non ce la farebbe (e probabilmente nemmeno una coalizione tra SPD, La Sinistra e Verdi).

Per la prima volta dal 1953 sei gruppi parlamentari, che coprono uno spettro politico realmente ampio, avranno una rappresentanza nella Bundestag. Per di più i due leader - Merkel per la CDU e Gabriel per la SPD - sono tutto fuorché indiscussi. Questo significa che ampi progetti di riforma della politica economica e sociale saranno più difficili. E le incognite politiche in Germania potrebbero aumentare l'instabilità dell'Unione Europea.

Indice di soddisfazione sull'operato di Angela Merkel



Fonte: infratest dimap.



Francoforte, la sede della Banca Centrale Europea (BCE)

Ritardi di pagamento per l'84% delle imprese tedesche

I fenomeno è più frequente tra le aziende esportatrici, ma il volume dei crediti insoluti tende a diminuire e i rischi di liquidità restano gestibili



Francoforte, panorama

Pure se con numeri che restano migliori di quelli di gran parte del resto d'Europa, anche la Germania non è immune dal virus dei ritardi nei pagamenti. Come rivela la prima indagine di Coface sul comportamento tema, compiuta su un campione di più

di 850 aziende, circa l'84% delle imprese tedesche sono colpite da ritardi di pagamento da parte dei loro clienti.

Leggendo però tra le righe l'analisi di Coface - che porta il curioso titolo "Fin qui tutto bene, ma il diavolo sta nei dettagli" - scopriamo che a soffrire del "virus

dei ritardi" sono soprattutto le imprese esportatrici: ergo, a non essere puntuali sono più i clienti stranieri che quelli tedeschi (ricordiamo che i primi due Paesi di destinazione dell'export made in Germany sono gli Stati Uniti e la Francia). «Nonostante la solidità dell'economia tedesca e un calo

Sui ritardi di pagamento frequenti pesano le difficoltà finanziarie dei clienti



Colonia, la Cattedrale

delle insolvenze societarie, i ritardi dei pagamenti sono quindi comuni - sottolinea da Mainz Mario Jung, economista di Coface -. Ma facendo un confronto internazionale si scopre che i ritardi sono in genere più brevi e meno rischiosi per la liquidità della maggior parte delle imprese».

/ Più ritardi per le imprese legate all'export

E' l'83,7% delle imprese tedesche a registrare con frequenza i ritardi di pagamento, oltre la metà dei quali è dovuta principalmente alle difficoltà finanziarie riscontrate dei clienti. La percentuale è superiore alla quota segnalata in Cina dove - secondo un recente studio di Coface - circa l'80% delle aziende sono colpite da ritardi di pagamento. In Asia e nel Pacifico il dato è ancora più basso (70%). Ritornando alla Germania, i ritardi di pagamento sono più frequenti per le imprese che dipendono principalmente dalle esportazioni (90%), rispetto a quelle che - invece - operano esclusivamente sul mercato domestico, per le quali le dilazioni si attestano all'82,8%. Rispetto all'anno precedente, il volume dei crediti insoluti tende, tuttavia, a diminuire: circa il 20% delle imprese analizzate segnala, infatti, una riduzione, mentre il 16,9% li dichiara in aumento. Per più del 60%, inoltre, il livello resta invariato.

Quanto alle imprese esportatrici, più del 24% registra una riduzione dell'ammontare dei crediti insoluti, mentre il 23,3% rileva un aumento considerevole rispetto alla media (16,9%).

/ Pochi rischi di liquidità

Complessivamente, per le aziende tedesche gli eventuali rischi di liquidità - che aumentano in presenza di crediti con ritardo pari o superiore a sei mesi - restano

entro limiti gestibili. L'esperienza di Coface dimostra che, se il ritardo eccede i sei mesi, circa l'80% dei crediti non saranno totalmente recuperati. Se il totale dei crediti insoluti di lungo periodo supera il 2% del fatturato totale dell'impresa potrebbero, invece, verificarsi problemi di liquidità.

/ Giorni di ritardo contenuti

La durata dei ritardi di pagamento resta entro limiti ragionevoli. Per più di tre quarti delle imprese la durata massima dello slittamento dei pagamenti è di 60 giorni. Una situazione nettamente migliore rispetto a quella cinese. Nel Paese del Dragone, infatti, la quota dei ritardi di pagamento superiori ai 60 giorni arriva al 60%, mentre quella relativa ai ritardi superiori ai 150 giorni si attesta al 10%. Una quota, quest'ultima, quasi raddoppiata rispetto all'anno precedente a causa del rallentamento della crescita economica cinese, mentre in Germania i ritardi superiori ai 150 giorni rappresentano appena il 2,5% del totale. Le imprese tedesche che operano sul mercato domestico, inoltre, riportano solo l'1,9% di ritardi di lungo periodo, mentre le imprese esportatrici indicano un valore decisamente superiore, pari al 7%.

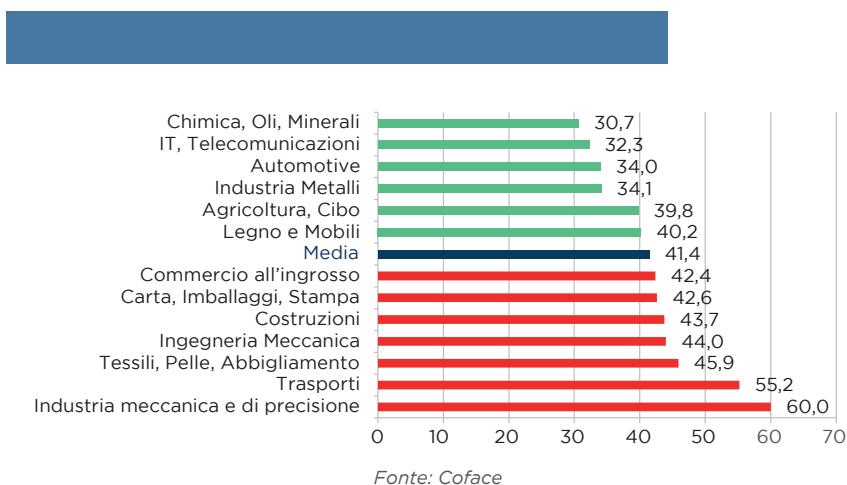
/ Ritardi ripartiti fra tutti i settori

Nei tredici settori oggetto di analisi, la media delle imprese colpite da mancati pagamenti si attesta all'83,7%. Il settore del tessile-pellame-abbigliamento è il più colpito dai ritardi (94,4%), ma accorda più facilmente dilazioni di pagamento. Il secondo settore con maggiori ritardi è quello della carta-imballaggi-stampa (87,5%). I meno colpiti sono meccanica-industria di precisione (dove "solo" il 75% di imprese lamenta mancati pagamenti), seguito da



Wolfsburg, stabilimenti Volkswagen

Germania: durata dei ritardi di pagamento (in giorni)



automotive (78,8%) e commercio all'ingrosso (81,8%).

Sempre secondo le elaborazioni di Coface, nei settori esaminati la durata media dei ritardi di pagamento corrisponde a circa 41,4 giorni. Tuttavia, alcune imprese riportano ritardi molto più lunghi, in particolare nei settori meccanica-industria di precisione (60 giorni) e trasporti (55,2 giorni). Il segmento dei prodotti chimici-oli-minerali e quello delle tecnologie dell'informazione e telecomunicazione beneficiano, invece, di ritardi più contenuti.

/ Ottimisti e pessimisti si bilanciano

Interrogate sulle aspettative riguardo ai crediti insoluti, le aziende "ottimiste" e quelle "pessimiste" si bilanciano. Mentre nei settori dei trasporti e del



Berlino, Oberbaumbrücke

commercio all'ingrosso le aziende si aspettano un aggravarsi della situazione, i settori della carta-imbballaggi-stampa e quello della meccanica-industria di precisione prevedono significativi miglioramenti.

/ La “fotografia” dei crediti insoluti

Dieci settori segnalano, invece, una riduzione dell'ammontare dei crediti insoluti rispetto all'anno precedente.

Un'importante diminuzione è stata registrata in primis dal legno-arredo, dove il 38,5% delle imprese riporta un volume di crediti insoluti inferiore, mentre solo l'11,5% lamenta un aumento. Diversi miglioramenti, inoltre, si attestano anche nel settore trasporti e tecnologie dell'informazione e telecomunicazione.

I comparti “peggiori”, in termini di ammontare totale dell'insoluto, sono i settori agroalimentare (+5,1%), dei metalli (+12,7%) e della meccanica-industria di precisione, con il 16,7% di imprese che hanno constatato una perdita di volume di affari rispetto al 41,7% che ne ha segnalato un aumento.

/ Dilazioni di pagamento, con linee di credito generalmente brevi

L'indagine ha rilevato che l'offrire ai clienti dilazioni di pagamento è una pratica comune: l'84,4% delle imprese analizzate, infatti, le ha accordate negli ultimi dodici mesi. Per le imprese che esportano, questo valore sale al 92%.

Circa la metà delle aziende che vendono a credito cita le “regole di mercato” come principale motivazione, mentre il 15% delle imprese accordano delle dilazioni solo dopo aver assicurato il rischio credito. Tra le altre motivazioni che portano le imprese a optare per la vendita a credito si segnala,

in particolar modo, la relazione diretta con il cliente.

Per il 14,1% delle imprese, questo fattore rappresenta - infatti - un mezzo efficace per tamponare i problemi di tesoreria dei propri clienti. Un ulteriore 10% concede, invece, dilazioni in quanto ha fiducia nei propri acquirenti, ed è compreso in questa categoria il 14% che assicura i propri crediti commerciali (contro più del 43% delle imprese analizzate).

/ I consumi privati stimolano l'economia ma gli investimenti restano moderati

Nel 2016 e 2017 l'economia tedesca subirà l'effetto di rischi mondiali in continuo aumento. Già indebolite dalla crescita ridotta nei mercati emergenti, le imprese che esportano saranno sempre più soggette a rischi politici anche di origine europea. In seguito alla Brexit, questi rischi politici si sono, infatti, attestati ad un livello molto

alto, e la loro gestione peserà su mercati finanziari ed economia reale.

Coface, comunque, prevede una crescita economica solida in Germania: 1,5% nel 2016 e 1,7% nel 2017, anche se le esportazioni dovrebbero restare sotto pressione. La generale solidità dell'economia tedesca può essere, inizialmente, attribuita al forte aumento delle spese private e pubbliche. Se le esportazioni nette non dovessero più rappresentare il principale motore di crescita (alla luce delle deboli prospettive di esportazione e della forte domanda di importazioni), saranno i consumi privati e pubblici a sostituirle. Soprattutto quelli privati, infatti, beneficiano di un'eccellente situazione del mercato del lavoro, con stipendi nettamente più alti rispetto al passato, salari minimi garantiti e un tasso d'inflazione ancora basso. I consumi privati e pubblici

rimangono, insomma, il principale mezzo di stabilità, che assorbe e compensa la debolezza dei settori orientati all'export. Gli investimenti domestici mostrano anch'essi segni di debolezza, principalmente per i rischi legati al contesto esterno: quest'anno le imprese tedesche non aumenteranno gli investimenti se non limitatamente, a causa delle grandi incertezze legate al futuro dell'economia mondiale.

/ Insolvenze in continua diminuzione

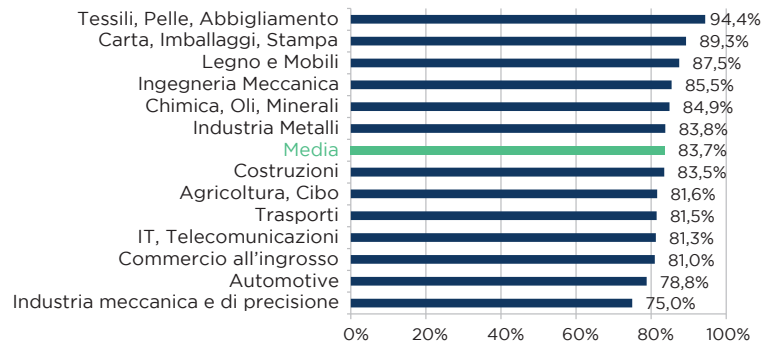
La situazione economica stabile della Germania si riflette, infine, nella solida condizione finanziaria delle imprese. Le insolvenze ne sono un indicatore e si prevede che la loro tendenza a diminuire continui, dopo che - per il sesto anno consecutivo - anche per il 2015 è stato registrato un calo, complessivamente pari al 4%. Coface prevede, inoltre, una



Amburgo, il porto

nuova riduzione delle insolvenze del 2,5% nel 2016. L'indebolimento dell'euro, legato alla divergenza tra le politiche monetarie tra le due sponde dell'Atlantico, dovrebbe aiutare. Come nota una recente ricerca di Deutsche Bank, tra la fine del 2008 e la fine del 2009 l'euro si è apprezzato in media dell'8% e dalla metà del 2012 alla fine del 2013 del 10% contro le valute dei principali partner commerciali della Germania, rendendo le aziende tedesche meno competitive all'estero in termini di prezzo. Non è un caso che proprio in quei due periodi si sia verificato un aumento delle insolvenze. Di contro, il 13% di svalutazione dell'euro dall'inizio del 2014 all'inizio del 2015 ha contribuito al rilevante crollo (20,5%) del numero delle insolvenze nel corso del 2014.

Germania: ripartizione delle imprese colpite da ritardi di pagamento per settori di attività (in percentuale sul totale delle imprese del settore)



Fonte: Coface



Duisburg, impianto di produzione energetica

Il futuro di Italia e Germania nel nome dell'industria 4.0

Secondo Jörg Buck, Consigliere Delegato della Camera di Commercio Italo-Germanica, la stretta collaborazione tra i due Paesi permetterà all'Europa di giocare un ruolo di primo piano nell'evoluzione dell'economia

«Nel 2015 l'Italia ha superato il suo record assoluto di esportazioni in Germania. Ora la sfida per i due Paesi è creare una partnership per l'innovazione industriale nel nome dell'Industria 4.0». Ne è convinto Jörg Buck, dal 2015 Consigliere Delegato della Camera di Commercio Italo-Germanica (AHK Italien) e presidente del CdA della società di servizi DEinternational Italia, dopo una lunga esperienza camerale in Thailandia, Argentina e Portogallo.

/ La Camera di commercio Italo-Germanica rappresenta dal lontano 1921 uno snodo cruciale delle relazioni commerciali tra i due Paesi, che continuano a crescere: se infatti nel 1960 dall'Italia si importavano in Germania merci per un valore pari a 1,3 miliardi di euro, nel 2015 la cifra ha sfiorato i 51 miliardi di euro. Dal suo osservatorio privilegiato, come vede le prospettive del commercio tra Italia e Germania?

«In un contesto di mercato difficile come quello attuale, le relazioni commerciali tra Italia e Germania restano molto vivaci. Le prospettive rimangono molto positive e, dopo aver superato nel 2015 il massimo storico di esportazioni italiane in Germania, per il 2016 potremmo addirittura sorpassare i record

passati. Dal nostro AHK World Business Outlook, inoltre, emerge che più dell'80% delle imprese del sistema delle Camere di Commercio tedesche all'estero prospettano investimenti costanti o in aumento in Italia per il 2017».

/ L'apertura dell'AlpTransit in Svizzera permette di avvicinare ulteriormente i due Paesi. Quanto potrebbe pesare nella crescita degli scambi?

«Gli investimenti in infrastrutture di questo tipo sono fondamentali per sviluppare ulteriormente gli scambi economici tra Paesi. In particolare, AlpTransit consentirà di sostenere ancora di più le relazioni tra le regioni del Nord Italia e quelle del Sud della Germania, storicamente partner e componenti essenziali della value chain che permette lo sviluppo di cluster e grandi gruppi industriali. La logistica su rotaia, inoltre, permette un'ottimizzazione ideale anche in termini di footprint ambientale, oltre che di tempi e costi».

/ La Germania è la pioniera europea dell'Industria 4.0, terreno in cui l'Italia sta muovendo i primi passi. Ha senso nell'ottica di un'evoluzione industriale parlare di un patto per la competitività tra i due Paesi?

«Ha sicuramente senso: sui temi dell'Industria 4.0 i nostri due



Jörg Buck, Consigliere Delegato della Camera di Commercio Italo-Germanica

Paesi sono in prima linea nella "partnership per l'innovazione" che, ci auguriamo, farà da volano per lo sviluppo dello scenario economico mondiale. Crediamo che, in linea col progetto europeo, la stretta collaborazione tra due delle principali potenze industriali europee in campo manifatturiero possa permettere all'Europa di giocare un ruolo di primo piano nell'evoluzione dei temi-chiave dell'economia futura. Come Camera di Commercio Italo-Germanica siamo membri della Plattform Industrie 4.0 lanciata dal governo tedesco e partner di diverse iniziative bilaterali per lo sviluppo dell'Industria 4.0: da eventi e iniziative congiunte fino al recente Stakeholder Meeting svoltosi a

Milano che porterà all'incontro di gennaio tra la cancelliera Merkel, il premier italiano e diversi ministri di entrambi i Paesi sui temi dell'Industria 4.0».

/ Non solo la Germania è il primo partner commerciale italiano, ma proprio grazie all'export in terra tedesca l'industria tricolore è in grado di raggiungere nuovi mercati. L'esempio classico è quello dei freni italiani montati su un'auto tedesca che viene venduta in Cina, mercato dove l'auto italiana non ha una presenza significativa. Questo meccanismo virtuoso di interscambio commerciale è destinato a crescere ed evolvere?

«Crediamo che questo tipo di processi siano destinati a crescere e a svilupparsi ancora di più, internazionalizzando ulteriormente la catena del valore. Sappiamo che l'export è spesso la chiave di successo per molte PMI italiane e per questo, come AHK Italien, lavoriamo molto per l'internazionalizzazione e le fusioni o acquisizioni delle piccole e medie aziende affinché possano aumentare le loro possibilità di capitalizzazione, incentivando un processo di scale up che le porti ad affrontare i mercati internazionali con maggior solidità».

/ Più in generale, quali sono a suo avviso i punti di forza e di debolezza di Italia e Germania?

«Entrambi i Paesi sono caratterizzati da un'attenzione per la qualità fuori dal comune. Possiamo dire che sono entrambi fanatici della qualità. I tedeschi la sviluppano con la sistematizzazione e un'attenzione ai processi e all'ottimizzazione produttiva davvero straordinaria. Gli italiani hanno una vena creativa e una capacità di adattamento che rende i loro prodotti riconoscibili in tutto il mondo. Non è un caso che Italia e Germania abbiano

tra le proprie eccellenze diversi "hidden champions" che sono fiori all'occhiello di entrambe le economie. La sfida più grande è quella di riuscire a fare sistema tra i due Paesi, mettere in comune conoscenze, esperienze e infrastrutture per una cooperazione internazionale che permetta di affrontare con successo la digitalizzazione delle aziende. La necessità di orientarsi al cliente, anche con le nuove logiche dettate dall'Industria 4.0, è la seconda sfida che Italia e Germania si trovano in questo momento ad affrontare».

/ La crescita del commercio mondiale sta rallentando, e la situazione potrebbe peggiorare per la politica protezionista annunciata del nuovo presidente americano Donald Trump. Quali potrebbero essere le ricadute sull'economia tedesca, che vive soprattutto di export?

«Gli Stati Uniti sono il primo partner economico per la Germania e, nonostante alcune dichiarazioni protezioniste in campagna elettorale, ci aspettiamo che rimangano il Paese aperto e caratterizzato dal mercato libero che abbiamo sempre conosciuto. Da un nostro sondaggio risulta che il 42% delle imprese del network delle Camere di Commercio tedesche all'estero non si aspettano cambiamenti significativi nei rapporti economici con gli Stati Uniti».

/ Il 2017 sarà un delicato anno elettorale in Germania, dove la cancelliera Merkel è a caccia del quarto mandato, ma anche in Francia con le presidenziali e molto probabilmente in Italia con un voto anticipato. Come pensa sarà l'Europa tra un anno?

«Il prossimo anno festeggeremo i sessant'anni del trattato di Roma, che ha visto i nostri due Paesi tra i

fondatori della Comunità Europea. Siamo fiduciosi che i recenti cambiamenti politici negli Stati membri non mineranno il progetto europeo e che Italia e Germania continueranno a collaborare attivamente. Chiaramente i temi in discussione sono diversi e sicuramente non di facile soluzione: dalla politica industriale e finanziaria fino alla questione dell'immigrazione. Tra un anno ci auguriamo che il progetto europeo fondato nel 1957 possa essere ancora più solido e che riesca ad affrontare in maniera coesa le problematiche che ne minano l'unitarietà».

Tutti i servizi della Camera di Commercio Italo-Germanica

La Camera di Commercio Italo-Germanica è un'associazione di imprese che agisce su incarico del Ministero dell'Economia e dell'Energia tedesco per promuovere le relazioni economiche tra aziende italiane e tedesche.

Attiva dal 1921, riunisce dai grandi gruppi tedeschi alle piccole e medie imprese italiane, dalle filiali di multinazionali ai singoli imprenditori e professionisti. Con oltre 600 soci, 11 rappresentanze locali e più di 40 collaboratori nella sede di Milano, è la più grande Camera di Commercio estera e associazione bilaterale in Italia.

Le funzioni assolve dalla AHK Italien sono:

- rappresentanza ufficiale dell'economia tedesca in Italia
- attività associativa
- supporto all'internazionalizzazione delle imprese
- promozione della formazione duale sul modello tedesco

Attraverso la società di servizi DEInternational Italia, offre un'ampia gamma di servizi e attività di consulenza per l'internazionalizzazione del business delle aziende.

Dal 2015 è attiva la società di formazione Dual.Concept, specializzata nella promozione e nell'erogazione di percorsi di formazione professionale duale sul modello tedesco su tutto il territorio italiano.

Una Cina a due velocità

Le riforme strutturali di Pechino stanno spostando il baricentro dell'economia sui consumi, contribuendo a una spaccatura tra i settori con ottime prospettive (come la farmaceutica) e quelli ad alto rischio (per esempio costruzioni e industria metallurgica)



Hong Kong, vista panoramica del porto

Il Dragone continua il suo rallentamento. «Nel 2015 l'economia cinese è cresciuta del 6,9%, con il passo più lento da 25 anni - spiega Jackit Wong, economista Coface per la regione Asia-Pacifico. Nel 2016 e nel 2017 la crescita continuerà a rallentare, senza probabilmente raggiungere il target medio annuo del 6,5% fissato dal governo nel piano quinquennale 2016-2020». Nella prima metà del 2016, la crescita cinese ha rallentato al 6,7% rispetto allo stesso periodo dell'anno

precedente. Ma secondo Wong i mercati non si preoccupano troppo poiché i principali indicatori ciclici - inclusi investimenti, produzione industriale e vendite al dettaglio - indicano una curva del rallentamento a "L".

/ La novità delle riforme













La novità è rappresentata dalle riforme strutturali cinesi, che stanno spostando il baricentro dell'economia su servizi e consumi rendendo di conseguenza più evidente la "doppia velocità"

della Cina. La divisione tra settori vincenti e perdenti è legata alla loro crescita potenziale a medio e lungo termine, alle politiche governative e alla domanda strutturale.

/ Chi vince...

In generale, i settori vincenti beneficiano di una migliore prospettiva di crescita di lungo periodo: si tratta per esempio della farmaceutica e della distribuzione, valutati come rischio basso o medio. Fa eccezione il settore

I settori vincenti e perdenti nella “Cina a due velocità”

Vincenti		Perdenti		Neutri	
Automotive		Chimica		Agroalimentare	
ICT*		Costruzioni		Carta - legno	
Farmaceutici		Energia (Carbone)		Tessile Abbigliamento	
Commercio		Metalli			
Trasporti					

Fonte: Coface (Aggiornato al 12 luglio 2016)

* Tecnologie dell'Informazione e delle comunicazioni

 Rischio basso

 Rischio alto

 Rischio medio

 Rischio molto alto

delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione (ICT), con un rischio credito elevato a causa di una concorrenza regionale più forte, malgrado il forte potenziale di crescita di lungo periodo del mercato.

/ ...e chi perde

I settori perdenti, invece, sono quelli che nel lungo periodo probabilmente dovranno affrontare difficoltà in termini di crescita, come la chimica e i metalli: hanno un livello di rischio elevato e molto elevato. Le imprese cinesi di questi settori scontano un più alto pericolo di fallimenti e insolvenze a causa della difficile situazione economica. I settori neutri, quelli che non beneficiano direttamente delle riforme strutturali del governo (come agroalimentare, carta-legno e tessile-abbigliamento), sono considerati rischio medio o elevato.

/ Rischio alto per costruzioni e metalli

Tra i dodici settori esaminati, le costruzioni e i metalli sono gli

unici ad essere valutati come “rischio molto elevato”. I rischi per questi due settori sono legati a temi di attualità, come i problemi di indebitamento in un contesto di crediti in sofferenza, numerosi default di obbligazioni corporate, sovracapacità industriale e aziende zombie.

/ Le ombre sul settore costruzioni

Di fronte a scarsi investimenti privati e al rallentamento degli investimenti delle imprese pubbliche, in un contesto di bassa redditività, la crescita del settore delle costruzioni e delle installazioni sembra indebolirsi. Questo rischia di gettare un'ombra sul settore edilizio e di ridurre la domanda per i materiali da costruzione, in particolare il cemento e i metalli, che risentono di eccessi di capacità. Tali rischi potrebbero essere attenuati dalle riforme delle imprese pubbliche, le cui misure riguardanti la “Chiusura”, la “Riorganizzazione” e le “Partnership pubbliche-private” (PPP) dovrebbero essere

applicate. Nonostante alcuni segnali di deleveraging e le riforme del governo, i rischi credito per le imprese di costruzioni (inclusi i produttori di materiali edili) sembrano aumentati, con una valutazione negativa.

/ Rosee prospettive per il settore farmaceutico

All'opposto, il settore farmaceutico rimane il più brillante, con margini di profitto stabili. Oltre ad aver registrato nel 2015 un netto miglioramento dell'esperienza di pagamento, le aziende farmaceutiche dipendono meno dal credito per il finanziamento delle attività e dagli investimenti di capitale fisso. Le prospettive nel medio termine sono positive, con un aumento strutturale della domanda sostenuta dall'ascesa delle classi medie e dall'invecchiamento della popolazione.

/ Le problematiche per i settori “neutrali”

I settori “neutrali” non sono beneficiari ma nemmeno vittime

del processo di riforme strutturali. Scontano invece altri problemi. Per esempio, il balzo dei salari ha colpito il settore tessile-abbigliamento, portando alla delocalizzazione industriale verso altri Paesi emergenti dell'area asiatica con un costo del lavoro più contenuto (come Vietnam, Bangladesh e Myanmar).

/ Brand management e qualità supportano il settore agroalimentare

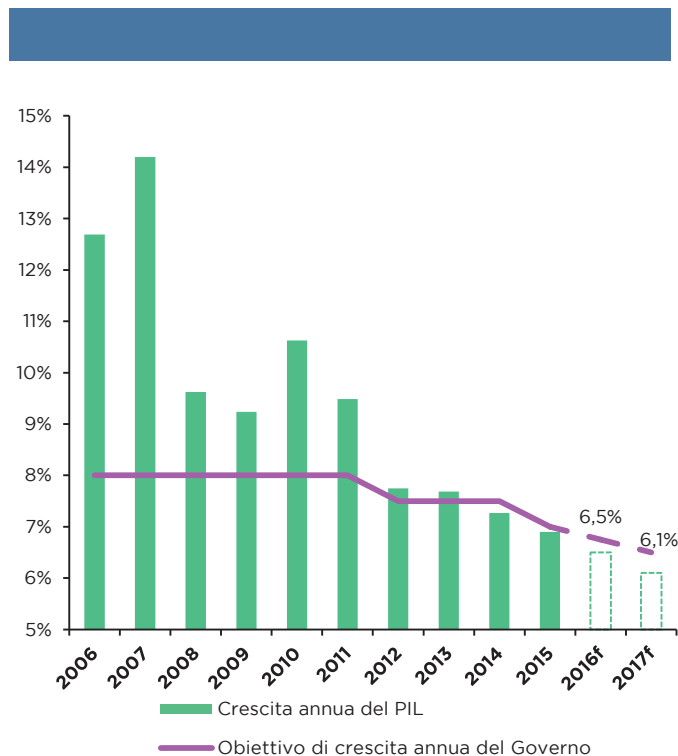
Il settore agroalimentare probabilmente beneficerà del miglioramento di qualità e brand management apportato dagli imprenditori locali: il Kantar Worldpanel's 2016 Brand Footprint ranking indica che, nelle categorie food e beverage, le decisioni di acquisto sono dominate dai marchi locali, sia in termini di numeri di brand disponibili che di decisioni di acquisto o consumo.

/ Legno-carta in affanno

Il settore legno-carta probabilmente si ritroverà sotto pressione per un aumento dei costi di importazione, legato al deprezzamento del Renminbi. La Cina è il maggior produttore e consumatore mondiale di pannelli realizzati in legno e cartone, con importazioni di tronchi e di legname segato balzate a livelli record con una crescita nel 2014 rispettivamente del 17% e del 30%.

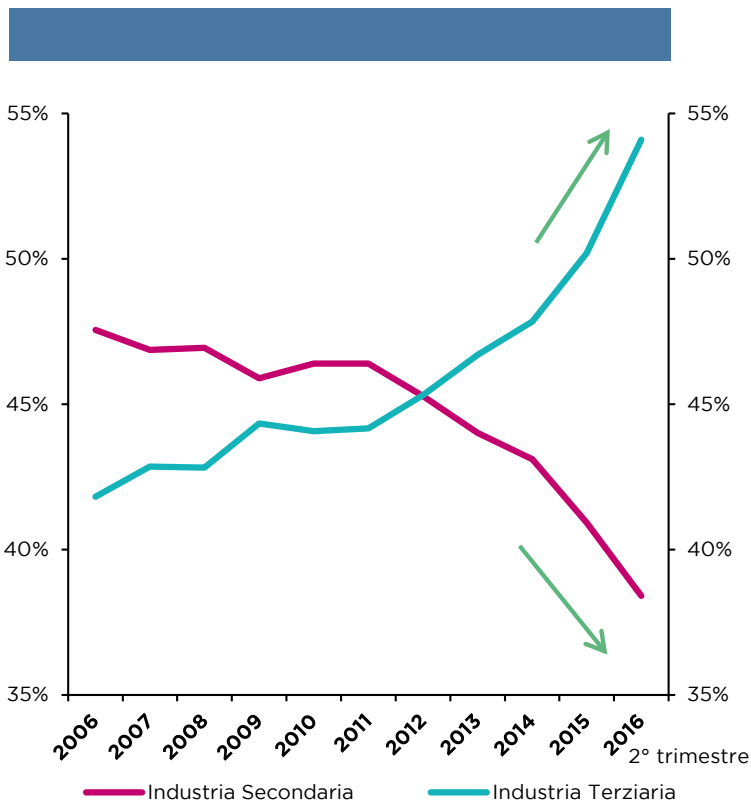
Una decrescita continua che non preoccupa i mercati internazionali

Il gap tra target di crescita e crescita reale (%)



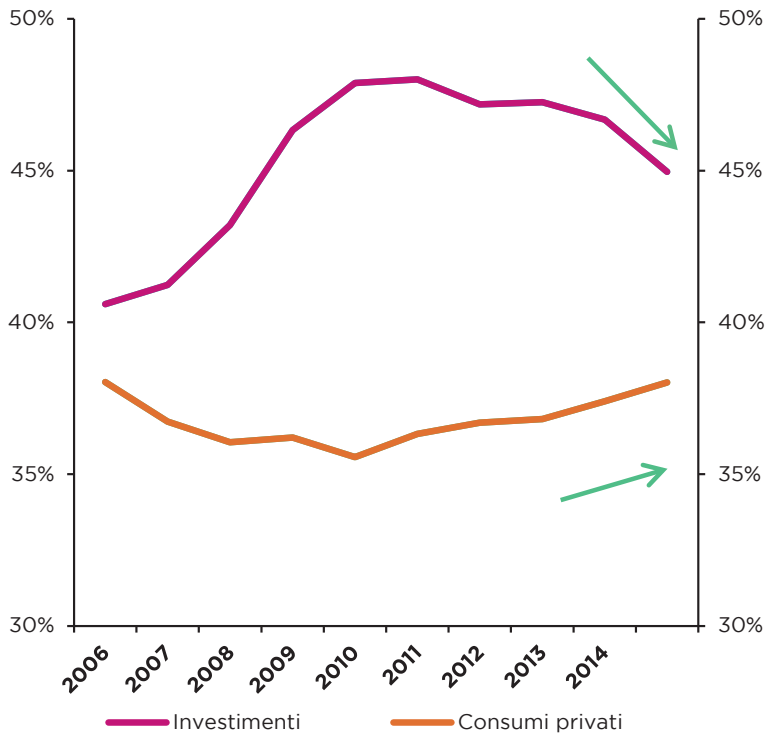
Fonte: CEIC, Consiglio di Stato, Coface (Aggiornato al 30 giugno 2016)

Il terziario supera l'industria come percentuale del Pil



Fonte: CEIC, Coface (Aggiornato al 15 luglio 2016)

La crescita dei consumi e il calo degli investimenti



Fonte: CEIC, Coface (Aggiornato al 5 luglio 2016)



Shanghai, distretto finanziario di Pudong

Cantine Settesoli, il vino siciliano alla conquista di Germania e Stati Uniti

Approdata quarant'anni fa sui mercati esteri, la più grande azienda vitivinicola siciliana oggi è presente in quaranta Paesi, dove realizza il 60% del fatturato totale. Il prossimo passo? Un lancio in grande stile sui mercati tedesco e statunitense



Salvatore Li Petri in vigna

Un lancio in grande stile in Germania e, in futuro, negli Stati Uniti. Questi i prossimi obiettivi di Cantine Settesoli, la più grande azienda vitivinicola siciliana con il 5% della produzione dell'isola (pari a quasi 350mila ettolitri): un autentico distretto del vino nella provincia di Agrigento, tra Menfi, Montevago e Santa Margherita di Belice, dove ben il 70% delle circa cinquemila famiglie della comunità è coinvolto nelle attività dell'azienda.

«Stiamo rafforzando il brand Settesoli nella grande distribuzione

tedesca - spiega Salvatore Li Petri, direttore generale dell'azienda - un mercato dove già eravamo presenti, ma che vogliamo aggredire con un progetto di più ampio respiro.

Un'operazione che pensiamo di replicare anche negli Stati Uniti. Stiamo anche studiando il mercato cinese, in cui siamo già presenti ma non in modo soddisfacente». L'esportazione è del resto nel Dna dell'azienda siciliana da tempo. Fondata nel 1958 a Menfi, Cantine Settesoli oggi conta una superficie vitata di seimila ettari, tre stabilimenti enologici

dedicati alla vinificazione con circa 500mila quintali di uve trasformate ogni anno e un centro di confezionamento e stoccaggio dei prodotti finiti.

Già dalla fine degli anni Settanta l'azienda siciliana ha iniziato una vertiginosa crescita del suo giro d'affari sui mercati esteri, che l'ha portata negli anni Ottanta a realizzare tre quarti del fatturato

Cantine Settesoli assicura i suoi crediti commerciali grazie ai servizi proposti dall'Agenzia di Palermo gestita dall'Agente Giuseppe Tolomeo

totale nella sola Gran Bretagna. Oggi Cantine Settesoli esporta in quaranta Paesi realizzando all'estero il 60% del fatturato totale per i vini confezionati. Le destinazioni più importanti - oltre al mercato inglese che risulta essere ancora oggi il principale - sono Germania, Svezia, Olanda, Svizzera e Stati Uniti, ma altri mercati si stanno aprendo all'enologia dell'isola.

/ Eccellenza locale riconosciuta nel mondo

«Il nostro sviluppo oltreconfine, del resto, ha seguito quello del vino siciliano - spiega il direttore generale dell'azienda - negli anni Novanta la Sicilia era infatti considerata una nuova terra di produzione, quasi "esotica" al pari

di Sudafrica o Australia, destando la curiosità dei consumatori. Per la crescita sui mercati esteri è stato molto importante il rapporto con Coface - continua Li Petri - una collaborazione aperta e trasparente, fondamentale per attenuare il rischio del credito».

I prodotti più apprezzati sui mercati esteri sono i vitigni autoctoni come il Nero d'Avola e, per il bianco, il Grillo. Ma il patrimonio viticolo di Settesoli, fortemente diversificato e che oggi dispone di 28 diverse varietà, comprende anche Grecanico, Inzolia e vitigni di recente importazione come Cabernet Sauvignon, Syrah e Chardonnay, nonché vitigni "innovativi" come il Sauvignon Blanc o il Petit Verdot.

La qualità dei vini Settesoli è

certificata dai numerosi premi ricevuti, tra i quali vanno ricordati il "Premio Gavi, La Buona Italia" 2015 e il Tre Bicchieri del Gambero Rosso 2017 al Mandrarossa Cartagho Sicilia DOC 2014, una conferma dopo la vittoria dello stesso premio con le annate 2006, 2007 e 2009.

I numeri di Cantine Settesoli

1958 l'anno di Fondazione

1965 l'anno della prima vendemmia

Seimila ettari la superficie vitata

Due mila i soci

500 mila quintali l'uva raccolta

350 mila ettolitri il vino prodotto



Vigneto sul mare

Il Big Mac Index compie trent'anni

Il famoso indice, costruito grazie al panino più celebre del mondo, si basa sulla teoria della parità dei poteri d'acquisto. Ecco come funziona la "Burgernomics" e che cosa racconta



Londra, St. James's Park

Il "Big Mac Index", ormai citato in tanti manuali di macroeconomia, ha da poco soffiato sulle sue trenta candeline. Il famoso indice, strumento informale di comparazione del potere d'acquisto di una valuta, venne infatti ideato nel settembre

1986 a Londra da Pam Woodall, giornalista del settimanale britannico "The Economist". Nato tra il serio e il faceto, ormai l'indice del panino più famoso del mondo monitora regolarmente 59 Paesi che rappresentano il 94% dell'economia mondiale (in India

il Big Mac viene sostituito dal Maharaja Mac, fatto con carne di pollo anziché di manzo).

/ L'economia "del panino"

Cosa racconta allora la "Burgernomics", come è stata scherzosamente ribattezzata?



Delhi, mercato tradizionale

Per esempio che, nel cambio con il dollaro, il franco svizzero a luglio era la valuta più sopravvalutata del mondo: addirittura di quasi il 31% secondo le ultime rilevazioni, quelle dello scorso luglio. La Svizzera è infatti il Paese in cui il Big Mac, a parità di potere d'acquisto, costa di più: 6,59 dollari.

Se si calcola il rapporto tra il prezzo in dollari del Big Mac nella Confederazione e quello negli Stati Uniti si ottiene 1,29, che dovrebbe essere il tasso di cambio franco-dollaro per ottenere parità di potere d'acquisto. Peccato che nella realtà il cambio tra la valuta elvetica e il biglietto verde in luglio fosse a 0,99: ecco perché il franco risulta sopravvalutato del 30,8%, almeno stando a sentire il Big Mac.

/ Sopravvalutazioni

Facendo il confronto con l'euro, la sopravvalutazione del franco

è ancora più eclatante: 56,4%. Questo perché se dividiamo il prezzo in euro del Big Mac in Svizzera e quello medio nell'Eurozona otteniamo 1,70, che dovrebbe essere il cambio teorico, mentre quello reale all'epoca delle rilevazioni dell'Economist oscillava intorno a quota 1,09.

/ ...e sottovalutazioni

Se il franco è secondo questo criterio la moneta più sopravvalutata, seguito nel cambio col dollaro dalla corona norvegese (+9,3%) e da quella danese (+3,7%), tra le valute invece più sottovalutate spiccano invece la Hryvnia ucraina (-69%), il Ringgit malese (-61%) e il Rublo russo (-59%).

/ Un euro in ombra

E l'euro? Risultava, a luglio, sottovalutato del 16,6% rispetto al dollaro, una percentuale

sicuramente salita nelle ultime settimane per l'indebolimento della valuta comune contro il biglietto verde innescata dall'elezione di Donald Trump alla Casa Bianca.

/ La teoria del potere d'acquisto

Ma facciamo un passo indietro e vediamo come e perché ormai trent'anni fa il settimanale britannico "The Economist" ha costruito il "Big Mac Index". Tutto nasce dalla teoria della parità dei poteri d'acquisto, cioè dell'indice che consente di confrontare i livelli dei prezzi tra località diverse, appartenenti a una stessa area valutaria o ad aree valutarie diverse.

/ Il funzionamento

Come funziona? Il rapporto della parità di potere d'acquisto del

Big Mac tra due valute si ottiene dividendo il costo di un Big Mac in una nazione (nella sua valuta) per il costo di un Big Mac nell'altra nazione (nella sua valuta).

Questo valore viene confrontato con il tasso di cambio attuale: se è più basso, allora la prima valuta è sottovalutata - secondo la teoria della parità del potere d'acquisto - rispetto alla seconda, mentre se è più alto è sopravvalutata.

/ ...ed i suoi limiti

In realtà il giochetto introdotto dall' "Economist" ha grandi limiti,

che nessuno può negare. Per esempio non calcola variabili molto importanti come i dazi doganali o il peso delle imposte nei singoli Paesi.

Ma il "Big Mac Index" non considera nemmeno l'azione dell'inflazione, che varia da nazione a nazione e che naturalmente può erodere anche di molto il potere d'acquisto. Ha quindi gioco facile chi sostiene, sempre col sorriso, che in realtà l'indice dell' Economist spesso non confronta Big Mac con Big Mac, ma pere con mele.

Un indice nato tra serio e faceto, che può essere un punto di vista "diverso" sull'economia reale, ma con molti limiti





New York, Manhattan

News

/ Coface torna protagonista a Macfrut 2016

Anche nel 2016, Coface ha rinnovato la sua partecipazione a Macfrut, la principale manifestazione dedicata al settore ortofrutticolo in Italia, che si è tenuta a Rimini dal 14 al 16 settembre scorsi.

Con il suo impegno a sostenere lo sviluppo e l'internazionalizzazione di una delle filiere più importanti dell'economia nazionale, Coface ha offerto - a tutti gli espositori presenti - la possibilità di ottenere informazioni e supporto grazie al confronto con i propri esperti in assicurazione dei crediti commerciali.



Il gruppo Agenti Coface presente a Macfrut 2016

/ Coface a Farette 2016 al fianco di RetIndustria

Anche nel 2016 Coface è stata protagonista di Farette, la manifestazione annuale promossa da Unindustria Bologna per sensibilizzare le imprese - attraverso workshop e conferenze - sui temi-chiave dell'internazionalizzazione, del safety e security, dell'innovazione tecnologica e delle sfide della futura industria 4.0.

Grazie alla partnership con RetIndustria, nella cornice dell'evento che si è svolto a Bologna il 5 ed il 6 settembre scorsi Coface ha potuto testimoniare - ancora una volta - il suo forte impegno costruttivo nei confronti delle aziende e promuovere, in maniera attiva, cultura e rilevanza strategica dell'assicurazione del credito e dei rischi commerciali.

/ Coface scende in pista al Rutronik Race Event 2016

Una giornata dedicata ai motori, dove sperimentare l'esperienza di una vera e propria sessione di guida sportiva in pista, presso l'autodromo del Mugello di Firenze.

Con queste premesse si è svolto, dal 14 al 16 settembre 2016, il Race Event di Rutronik al quale ha preso parte anche Coface, accompagnando le imprese partecipanti in sessioni di guida su pista - al fianco di istruttori professionisti - su vere e proprie automobili da corsa, tra le quali anche una "Radical" aperta. La sessione di prova in pista è stata preceduta da un intervento di Antonella Vona sull'assicurazione dei crediti.



I rappresentanti Coface presenti alla manifestazione: da sinistra, Pasquale Greco (Agenzia Generale Roma Due), Manuel Morandi (Responsabile Vendite Coface Italia), Antonella Vona (Direttore Marketing & Comunicazione Coface Italia) e Domenico Greco (Agenzia Generale Coface Roma Due)

/ Coface al convegno "Così cambia la distribuzione assicurativa" di Insurance Connect

Si è svolto il 5 ottobre scorso, presso l'auditorium di Coface, un nuovo convegno organizzato da Insurance Connect sul futuro della distribuzione assicurativa, al quale Coface era presente con un desk.

La giornata ha offerto l'occasione - per intermediari ed assicuratori - di confrontarsi sulle trasformazioni in atto e sulle nuove sfide di mercato da cogliere per rimanere competitivi.

/ Le novità del nuovo Codice Appalti spiegate da Coface

Una giornata per fare punto sulle novità del Codice degli Appalti e per approfondire quelli che possono essere effetti e nuove opportunità della riforma sul ciclo dei pagamenti: con questi obiettivi si è svolto, lo scorso 5 ottobre a Roma, presso il Senato della Repubblica, il convegno *“Nuovo Codice degli Appalti, ingranaggio puntuale e certo per la crescita?”* organizzato da I-Com – Istituto per la Competitività – e Banca Farmafactoring, in collaborazione con Coface ed Orrik e con il patrocinio di Acmi ed Assifact.

Il dibattito – che ha visto, tra gli altri, la partecipazione di Ernesto De Martinis, CEO di Coface Italia quale relatore – ha approfondito i cambiamenti del Codice in seguito al recepimento delle direttive europee evidenziandone gli impatti e delineandone potenzialità e nuove sfide.

/ Coface ad ACMI 2016

Lo scorso 20 ottobre, nell’ambito del 32° Congresso Nazionale dell’Associazione dei Credit Manager Italiani (ACMI) 2016, Coface ha presenziato alla giornata con un desk.

Nell’ambito del congresso, inoltre, Antonella Vona è intervenuta al convegno con uno speech all’interno della tavola rotonda dal titolo *“Integrare e organizzare: la gestione del credito estero, l’Europa dopo Brexit e il rischio cambio”*.



Da sinistra Federica Bruno e Dario Martino (Agenzia Generale Coface di Torino), Antonella Vona (Direttore Marketing & Comunicazione Coface Italia) e Massimo Concon (Agenzia Generale Coface di Torino)

/ Coface sponsor del 49° convegno nazionale SNA

Anche per il 2016, Coface è stata nuovamente protagonista al Convegno Nazionale SNA. Giunto alla 49° edizione, il Convegno si è tenuto a Bari - il 27 e 28 ottobre 2016 - e ha rappresentato un’ulteriore occasione di incontro e riflessione sullo stato attuale dell’intermediazione assicurativa.

/ Coface protagonista anche a “Bilanci d’Acciaio 2016”

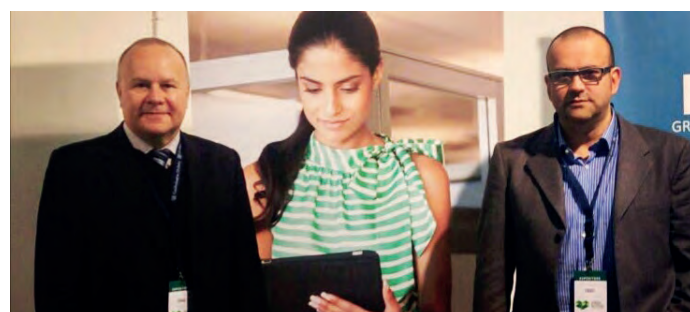
Ottava edizione per “Bilanci d’Acciaio” - manifestazione annuale promossa da Siderweb, e dedicata alle performance economico-finanziarie di tutta la filiera dell’acciaio in Italia - che si è tenuto a Milano, il 9 novembre 2016, con un convegno presso il Centro Congressi Stelline. Presente alla giornata anche Ernesto De Martinis, CEO di Coface Italia, che ha preso parte alla tavola rotonda su scenari, sfide, opportunità e future prospettive della filiera dell’acciaio.

/ Coface ospita il Learning Drink di Challenge Network sull’internazionalizzazione

Si è svolto il 16 novembre scorso, presso l’Auditorium di Coface, il Learning Drink di Challenge Network dal titolo “Modelli di business, approcci all’internazionalizzazione” organizzato da Agilium WorldWide Italy. L’incontro, un momento di confronto e condivisione di know how e valori, ha visto la partecipazione di Ernesto De Martinis, CEO Coface Italia, tra i relatori del dibattito.

/ Coface torna ad Umbria Business Matching

Dopo la prima edizione del 2015, Umbria Business Matching ha ripreso i lavori il 25 novembre 2016, presso il Centro Fiere di Bastia Umbra, con l’obiettivo di favorire la reciproca conoscenza tra le realtà economico-imprenditoriali del territorio e sviluppare opportunità di networking. Anche per l’edizione 2016, Coface è stata tra i protagonisti della manifestazione.



Enrico Arioni e Massimiliano Morelli, dell’Agenzia Generale Coface di Perugia

Dicono di noi

- / Buona copertura, nel mese di settembre, al Panorama “Cina, un’economia a due velocità: i settori vincenti e perdenti”. La pubblicazione, infatti, è stata protagonista di approfondimenti dedicati da parte de Il Sole 24Ore e dei principali portali online di informazione assicurativa.
- / Positivo, inoltre, anche il riscontro dei media per le pubblicazioni dedicate ai ritardi di pagamento delle imprese tedesche, al settore agroalimentare in Nord Africa, all’economia marocchina ed allo scenario del settore farmaceutico statunitense che, sempre nel corso del mese di settembre, hanno ricevuto ampia copertura da parte dei principali siti di informazione assicurativa (*assinews.it*, *asefibrokers.it*, *insurancetrade.it*) così come da parte di webzine settoriali di primo livello (quali, tra gli altri, *aboutpharma.com*).
- / Il mese di ottobre si è contraddistinto, a sua volta, per un forte riscontro positivo su alcuni Panorama di rilievo – quali le pubblicazioni dedicate all’economia francese, all’America Latina e all’andamento dell’export, nonché il “Country Risk Barometer” post Brexit – che hanno ottenuto grande visibilità specialmente online, con approfondimenti dettagliati da parte di *assinews.it*, *asefibrokers.com* ed *insurancetrade.it*.
- / Importante visibilità, inoltre, per il Panorama sul rischio politico in Europa, ampiamente analizzato da *Il Sole 24Ore* – nell’ambito di due articoli – nonché dalle principali webzine online di riferimento.
- / Nell’arco dell’ultimo quadrimestre, infine, ottima la visibilità sugli eventi organizzati da Coface o ai quali il gruppo ha partecipato come sponsor o presenza attiva, tra i quali – in particolar modo – MacFrut e “Bilanci d’Acciaio 2016”.
- / Alta, inoltre, l’attenzione, sui *Panorama* di Coface dedicati allo status dell’economia sud-africana e alle prospettive per la Turchia che – a ridosso della fine dell’anno – sono stati protagonisti di riprese dettagliate da parte delle principali webzine di settore ed agenzie economico-finanziarie (tra le altre *Tribuna Economica*, *Insurancetrade.it*, *asefibrokers.com*, *finanzaoperativa.com*).
- / Ampia la copertura dedicata alla presentazione della prossima edizione di Macfrut che si terrà a Rimini dal 10 al 12 maggio prossimi. Sia la stampa locale (*Corriere Romagna*) sia media online (*freshplaza.it*, *fruitnet.it*, *corrierecesenate.it*, *corriereortofrutticolo.it*, *romagnanotizie.it*) hanno dato risalto alle caratteristiche e novità della manifestazione – evento di riferimento per la filiera ortofrutticola italiana – che è stata presentata a Pechino, davanti ad una platea di operatori qualificati e figure istituzionali. Anche per il 2017, Macfrut ha rinnovato la sua partnership con Coface, rappresentata – alla presentazione cinese – dal CEO Ernesto De Martinis.
- / Buona visibilità, soprattutto dai media online (*asefibrokers.it*, *economyup.it*, *ilbroker.it* tra gli altri) anche per la presenza di Coface tra le aziende finaliste della settima edizione del Premio Assiteca, che vede il Gruppo candidato per la categoria E-commerce, mobile commerce, mobile payment – Grandi Imprese.
- / I principali portali di informazione assicurativa ed economica, infine, hanno dedicato buona copertura all’ultima indagine di Coface sui pagamenti delle imprese in Polonia, con riprese ad hoc (tra gli altri *assinews.it* e *asefibrokers.it*).

Le Agenzie Generali

ALESSANDRIA

CORRADO CULTRARO
MAURO MAZZOCCHI
Via C. Caniggia, 24
Tel.: 0131-445174
Fax: 0131-230583
alessandria073@coface.it

ANCONA

MARIO BOCCACCINI
LUCA BOCCACCINI
FRANCESCO ORIOLI
Via Sandro Totti, 3
Tel.: 071-54502
Fax: 071-54503
ancona@coface.it

BARI

ANTONIO DE BIASE
GIOVANNI SCHIAVONE
Via Principe Amedeo, 25
Tel. 080-3322122
Fax. 080.5461266
bari@coface.it

BELLUNO

PAOLO PERISSINOTTO
Via Ippolito Caffi, 3
Tel.: 0437-944074
Fax: 0437-298673
belluno@coface.it

BERGAMO

GIANLUCA BALLINI
GIOVANNI RENALDINI
Via Simoncini, 14
Tel.: 035-4243366
Fax: 035-4243375
bergamo@coface.it

BIELLA

GIANFRANCO SALODINI
Piazza Casalegno, 9/A
Tel.: 015-403892
Fax: 015-8495143
biellauno@coface.it

BIELLA

GIORGIO PAGNONE
Via Trieste, 10/B
Tel.: 015-8497151/8407846
Fax: 015-401405
bielladue@coface.it

BOLOGNA

MARIO BOCCACCINI
LUCA BOCCACCINI
MANUELA CASTAGNETTI
GIUSEPPE DELVECCHIO
FRANCESCO ORIOLI
Via Massarenti, 14/B
Tel.: 051-4299001
Fax: 051-4292985
bologna@coface.it

BRESCIA

SANTO FARINA
LUCA PASQUALI
GIANLUCA BALLINI
GIOVANNI RENALDINI
Via Aldo Moro, 13
Tel.: 030-220562
Fax: 030-2422558
brescia@coface.it

CAGLIARI

MARCO MINIO PALUELLO
Via Sassari, 73
Tel.: 070-651615
Fax: 070-668337
cagliari@coface.it

CAMPOBASSO

ANTONIO DE BIASE
GIOVANNI SCHIAVONE
Piazza della Vittoria, 14/B
Tel.: 0874-411621
Fax: 0874-411621
bari@coface.it

CATANIA

SERGIO RAPISARDA
FABRIZIO SURIANO
Viale Vittorio Veneto, 281
Tel.: 095-444482
Fax: 095-7168100
catania@coface.it

COMO

CARLO PICCINNO
GIANCARLO PICCINNO
Viale Masia Massenzio, 34
Tel.: 031-574796
Fax: 031-574798
como@coface.it

GENOVA

FRANCESCO COCCHIERE
GIAN LUIGI NOVELLA
Via XX Settembre, 26/4
Tel.: 010-5957015
Fax: 010-540673
genova@coface.it

LIVORNO

ELENA BACCELLI
NINO MASU
Via Grotta delle Fate, 41 - int.1
Tel.: 0586-580994
Fax: 0586-581003
livorno@coface.it

MACERATA

LUISA MIRELLA BRUNI
TANIA PIERONI
Via Trento, 33 - int.16 e17
Tel.: 0733-261328/261164
Fax: 0733-261327
macerata@coface.it

MILANO

CARLO PICCINNO
GIANCARLO PICCINNO
Piazzale Martesana, 4
Tel.: 02-27002490
Fax: 02-2550685
milanouno@coface.it

MILANO

GABRIELE DUBINI
FABRIZIO PEDICONI
Via A. Manuzio, 13
Tel.: 02-29002622
Fax: 02-29017865
milanodue@coface.it

MILANO

GIANMARIA SOLEO
MARCO FEDERICI
Via Valtellina, 18
Tel.: 02-6883740
Fax: 02-6887500
milanotre@coface.it

MILANO

GUIDO MAURI
FABIO SCRAVAGLIERI
Via Bandello, 1
Tel.: 02-87078100
Fax.: 02-87078119
milanoquattro@coface.it

NAPOLI

CARLO BALNELLI
KATIA BALNELLI
C. Dir. Isola F11 - 4°p. - int. 51
Tel.: 081-7346056
Fax: 081-7345588
napoli@coface.it

PADOVA

GIULIA APERGI
ANDREA BOTTAZZIN
SANDRO MARZOTTO
Via San Crispino, 28
Tel.: 049-7801785
Fax: 049-7801779
padova@coface.it

PALERMO

GIUSEPPE TOLOMEO
Via G. Cusmano, 28
Tel.: 091-6269927
Fax: 091-7300385
palermo@coface.it

PARMA

MARIO BOCCACCINI
LUCA BOCCACCINI
GIOVANNI FERRARI
MARCO FERRARI
Piazza C.A. Dalla Chiesa, 3
Tel.: 0521-798276
Fax: 0521-707724
parmadue@coface.it

PARMA

ANDREA CAMIN
GIACOMO CORCHIA
Strada dei Mercati, 9/B
Tel.: 0521-200344
Fax: 0521-282317
parmatre@coface.it

PERUGIA

ENRICO ARIONI
FRANCESCO MORELLI
Via della Madonna Alta, 128
Tel.: 075-5837325
Fax: 075-5837326
perugia@coface.it

PESCARA

GIANNI BATTINELLI
PIETRO PAOLO BONI
Via Cetteo Ciglia, 8
Tel.: 085-28234
Fax: 085-2309889
pescara@coface.it

PESCARA

GABRIELLA GALLUCCI
Via Messina, 7
Tel.: 085-8625850
Fax: 085-8626847
pescaradue@coface.it

PIACENZA

MAURO MAZZOCCHI
CORRADO CULTRARO
Via Manfredi, 120
Tel.: 0523-1723601
Fax: 0523-1723612
piacenza@coface.it

PISA

LUCA TOFANI
FRANCO ROSATI
Via S. Ilario, 109
Tel.: 050-711252
Fax: 050-7115554
pisa@coface.it

PRATO

TIZIANO GIULIANI
NICCOLO' STORAI
Via Cerutti, 10/12
Tel.: 0574-34498
Fax: 0574-34517
prato@coface.it

RAVENNA

MARIO BOCCACCINI
LUCA BOCCACCINI
Via Antonio Meucci, 1
Tel.: 0544-408911
Fax: 0544-1878825
ravenna@coface.it

REGGIO EMILIA

MARIO BOCCACCINI
LUCA BOCCACCINI
GIOVANNI FERRARI
MARCO FERRARI
Via Roma, 22
Tel.: 0522-580737
Fax: 0522-580736
reggioemilia@coface.it

ROMA

MASSIMO D'OTTAVI
OTTAVIO GASPARRI
NICCOLO' SERAFINI
Via Boezio, 14
Tel.: 06-97747431
Fax: 06-97747441
romauno@coface.it

ROMA

DOMENICO GRECO
Via dei Serpenti 170
Tel: 06 4747078
Fax: 06 4817580
roma2@coface.it

ROMA

ALESSANDRA DI DIONISIO
ELIO DI DIONISIO
PIETRO COLASANTI
MATTEO COLASANTI
Via Nomentana, 63
Tel.: 06-7726421
Fax: 06-77203251
romatre@coface.it

SALERNO

CARLO BALNELLI
KATIA BALNELLI
Via Giacinto Carucci, 1/5
Tel.: 089-224517
Fax: 081-19578299
salerno@coface.it

TORINO

FEDERICA BRUNO
FRANCO BRUNO
MASSIMO CONCON
FRANCO INGROSSO
Corso Unione Sovietica, 409
Tel.: 011-613750/614373
Fax: 011-3170671/3162782
torino@coface.it

TREVISO

GIULIA APERGI
ANDREA BOTTAZZIN
SANDRO MARZOTTO
Viale Felissent, 84
Tel.: 0422-300831
Fax: 0422-319814
treviso@coface.it

CASTELFRANCO VENETO (TV)
GIULIA APERGI
ANDREA BOTTAZZIN
SANDRO MARZOTTO
MATTIA SERENA
Piazza della Serenissima, 60/A
Tel.: 0423-426161
Fax: 0423-744067
treviso082@coface.it

UDINE

DIEGO DA GIAU
CLAUDIA VIRGINIA ZANIN
Via Marco Volpe, 43
Tel.: 0432-502288
Fax: 0432-503616
udine@coface.it

VARESE

CARLO PICCINNO
GIANCARLO PICCINNO
Via Cavour 13-c.p.110
Tel.: 0332-232824/232826
Fax: 0332-281058
varese@coface.it

VERONA (S. Martino B.A.)

GUIDO ROSCIO
SILVIA DE GRANDI
PAOLO GIACOMIN
Piazza del Popolo, 15
Tel.: 045-9205908
Fax: 045-9660122
verona080@coface.it

Il gruppo Coface, uno dei leader mondiali nell'assicurazione dei crediti, offre alle imprese di tutto il mondo soluzioni per proteggersi dal rischio di insolvenza dei propri clienti, sia sul mercato domestico che export.

Nel 2015, il gruppo, supportato da 4.200 collaboratori, ha raggiunto un turnover consolidato di 1,490 miliardi di euro.

Presente direttamente e indirettamente in 100 Paesi, assicura le transazioni commerciali di 50.000 imprese in oltre 200 Paesi. Ogni trimestre, Coface pubblica le valutazioni rischio paese per 160 nazioni, basandosi sulla conoscenza unica del comportamento di pagamento delle aziende e sulla expertise dei suoi 660 arbitri e analisti credito vicini ai clienti e debitori.

Coface SA è quotata all'Euronext Paris - Compartment A e si fregia della valutazione rating AA- di Fitch Ratings e del rating A2 di Moody's.

In Italia, Coface offre l'assicurazione dei crediti e le cauzioni, ed è nota per la sua professionalità, grazie agli Agenti Generali, al servizio dei clienti, presenti su tutto il territorio nazionale.

Compagnie française d'assurance pour le commerce extérieur S.A.
Rappresentanza Generale per l'Italia
Via Giovanni Spadolini, 4 - 20141 Milano
T. +39 02 48335111 - F. +39 02 48335404
www.coface.it - comunicazione@coface.com

Seguici su:  [@cofaceitalia](https://twitter.com/cofaceitalia)  [Linked in](https://www.linkedin.com/company/coface)



CofaMove

coface
FOR SAFER TRADE