

PIMCO  
pimco.it

CERA EMULSIO & GLI ALTRI

**Sutter al raddoppio**  
**«Con bilanci in ordine**  
**margini e velocità»**

di **FRANCESCA GAMBARINI 10**



FIUMICINO RILANCIA

**Adr corre con gli Usa:**  
**Ita-Lufthansa ci aiuta**  
**Sfida sui costi**

di **LEONARD BERBERI 14**

RISPARMIO

**Caro conti correnti:**  
**oggi si va in pari**  
**con 204.000 euro**

di **ALESSANDRA PUATO 50**

PIMCO  
pimco.it

# L'Economia

Risparmio, Mercato, Imprese

LUNEDÌ  
11.12.2023  
ANNO XXVII - N. 47

economia.corriere.it

del **CORRIERE DELLA SERA**

L'ANNO POSITIVO DI PIAZZA AFFARI  
SEMPRE POCHI CAPITALI PER LE PMI

## BORSA RECORD, IMPRESE PICCOLE CHE COSA SERVE PER FARE IL SALTO

di **FERRUCCIO DE BORTOLI**

**E**conomicabile lo sforzo di chi è chiamato, in questo tempo di bilanci annuali, a spiegare come sono andate le cose. A render conto di scelte opportune o avventate. I risparmi degli italiani — specie quelli lasciati sui conti correnti — continuano a essere aggrediti dall'inflazione che non è scomparsa né tantomeno sconfitta dalla formidabile riuscita del «carrello italiano» nei supermercati. Battute a parte, tutta la nostra comprensione va a chi, nella gestione professionale del risparmio, deve giustificare qualche performance non brillante. In particolare le gestioni attive che sono state, nella stragrande maggioranza dei casi, assai deludenti.

Eravamo usciti da un anno, il 2022, peggiore di sempre per le obbligazioni, il settimo più negativo in assoluto per le azioni, il terzo più brutto per la classica ripartizione del 60% in azioni e 40% nel reddito fisso. La sequenza inaspettata di aumento dei tassi d'interesse, da parte della Fed e della Bce, ha certamente influito nel creare un clima di incertezza, nel peggiorare le aspettative a breve. Ma è anche vero che, nonostante la stretta monetaria, l'economia americana — anche qui a dispetto delle previsioni di molti analisti — continua ad andare bene (cresce a un tasso superiore al 5,2% nel terzo trimestre, oltre le stime), l'Europa certo ha mostrato segni di rallentamento ma non è ancora in recessione come molti temevano e temono.

CONTINUA A PAGINA 2

Con articoli di **Antonella Baccaro,**  
**Edoardo De Biasi, Dario Di Vico,**  
**Daniele Manca, Giuditta Marvelli,**  
**Alberto Mingardi, Rita Quercè,**  
**Stefano Righi 4, 6, 16, 21, 22, 27**



**Giovanna Vitelli**

AZIMUT BENETTI

**Siamo leader negli yacht**  
**Ma adesso occorrono infrastrutture,**  
**crescere è una priorità assoluta**

di **ANTONIO MACALUSO 9**

Distribuzione: Il Corriere della Sera, con vendita e abbonamento. Poste Italiane SpA - P.D. 453/2003 conv. in A.P. DL 35/2004 art. 1, c. 1. DCB Milano

## DIAMO AI PROGETTI L'ECCELLENZA CHE MERITANO

Business Park Symbiosis ha scelto Mitsubishi Electric per la realizzazione di sistemi per il riscaldamento e raffreddamento d'aria.

Business Park SYMBIOSIS  
(Milano)

SYMBIOSIS  
by COVIVO



Mitsubishi Electric è sempre più coinvolta in prestigiosi e avveniristici progetti, grazie alla qualità delle sue soluzioni tecnologiche e ad un'ampia gamma di servizi dedicati pre e post vendita.

Oggi è il partner ideale perché ha a cuore non solo il rispetto ambientale, ma anche il risparmio energetico che si traduce in una significativa riduzione dei consumi.

Mitsubishi Electric, il piacere del clima ideale.

**MITSUBISHI ELECTRIC**  
CLIMATIZZAZIONE

**CLIMVENETA®**

## SERRAMENTI E INFISSI

# Edifici più efficienti: il business si fa green

«**B**isogna abbandonare la logica prudentiale dei tempi di crisi per aprirsi a una visione più ottimista e lungimirante». Crede nelle opportunità Roberto Brovazzo, direttore generale della consociata italiana di Schüco, azienda tedesca specializzata in sistemi in alluminio per serramenti e facciate, nata nel 1951 in un piccolo cortile a Porta Westfalica.

Negli anni, il gruppo si è trasformato in un colosso del settore (2,28 miliardi di euro il fatturato del 2022), operando in più di 80 Paesi nel mondo. Tra questi l'Italia che, attraverso la sede di Padova e le filiali di Milano, Torino, Rimini, Roma e Napoli, è diventata altamente strategica: la terza nazione più performante dopo Germania e Francia. «La nostra capacità di offrire servizi evoluti, l'inserimento in organico di professionalità qualificate e l'attenzione costante ai collaboratori sono tra i fattori chiave del nostro successo», spiega Brovazzo.

Schüco Italia è in continua crescita, con un giro d'affari di oltre 130 milioni di euro nel 2022 (+25,2% sul 2021). Risultati che l'azienda punta a consolidare anche nel 2023, nonostante la mancanza di incentivi importanti come la ces-

sione del credito o lo sconto in fattura. «Siamo comunque fiduciosi, perché gli scenari futuri prevedono interventi di rinnovo delle abitazioni, sulla scia delle direttive europee per l'efficientamento energetico degli edifici: un driver di espansione considerevole, che vogliamo cogliere nel modo giusto», dice Brovazzo.

Di particolare rilievo è il tema della sostenibi-

lità, visto che tra gli obiettivi del gruppo c'è anche quello di diventare *Carbon Neutral* entro il 2040. «Schüco Italia ha già messo in atto una serie di azioni concrete, come potenziare i comportamenti virtuosi per ridurre le emissioni, necessari nella progettazione degli edifici certificati Leed o Breeam, i due standard internazionali più importanti per valutare l'impatto ambien-

te, energetico e di benessere degli occupanti», racconta il direttore generale.

Ma non è tutto: «Stiamo lavorando affinché le certificazioni Epd, che dichiarano l'impatto ambientale dei sistemi in alluminio, siano riconosciute in Italia, diventando uno strumento anche nel mercato domestico», conclude Brovazzo,



**Roberto Brovazzo**  
Schüco Italia

**Ca. Cler.**

© RIPRODUZIONE RISERVATA

CORRIERE DELLA SERA

LUNEDÌ 11.12.2023

## L'Economia d'Italia

45

VENETO

L'Economia

## ARREDAMENTO

## La nuova vita degli armadi: uscire dalla zona notte

Attenzione al dettaglio e alla durevolezza del prodotto. Sono queste le basi valoriali e produttive che ispirano Caccaro, impresa specializzata in sistemi di arredo fondata da Salvino Caccaro nel 1958 a Villa del Conte (in provincia di Padova).

Strutturata inizialmente come un piccolo laboratorio artigianale, l'azienda veneta oggi è arrivata a essere un'organizzazione industriale di stampo 4.0. Un'evoluzione che ha consentito a Caccaro di ampliare il suo range di finiture (dal laccati alle essenze, fino ai vetri e ai nobilitati), ma anche di aumentare le potenzialità espressive e progettuali di chi la sceglie. «L'intuizione che ha innescato il cambiamento è stata passare da una logica di armadio come pezzo indipendente e che "vive" solo nella zona notte, a una logica modulare capace di unire elementi diversi, offrendo contenimento in qualsiasi area della casa — racconta il presidente Pierluigi Caccaro —. Un cambio di prospettiva che ci ha spinto a metterci dalla parte dei progettisti per aumentare esponenzialmente la loro libertà progettuale. In quest'ottica, pensiamo ai nostri prodotti come acceleratori di creatività per i professionisti del settore». Un approccio, quest'ultimo, che si riflette positi-



Pierluigi Caccaro  
Presidente di Caccaro

tivamente sui risultati economici aziendali, visto che Caccaro ha chiuso il 2022 con un fatturato di 23 milioni di euro e punta, nonostante un contesto economico e geopolitico incerto, a replicare i numeri nel 2023. «La pandemia ha cambiato sensibilmente il modo di vivere la casa, che si conferma un asset fondamentale per le famiglie: non solo come investimento, ma anche in termini di capitale emotivo e valoriale — dice il presidente —. Durante l'emergenza sanitaria, infatti, quasi per tutti la propria abitazione si è trasformata in scuola, ufficio, rifugio, angolo di sicurezza in un panorama incerto. In questo senso è diventata fondamentale la polifunzionalità degli ambienti che, di ora in ora, cambiano il loro ruolo».

Non manca, infine, una strategia per il futuro: «La sfida del prossimo triennio riguarda gli investimenti a livello di processo, che implicano anche una revisione importante dell'organizzazione produttiva. In più, stiamo esplorando il concept "No wall house", ossia una nuova interpretazione dell'arredo come parte integrante dell'architettura domestica», conclude Caccaro.

Carlotta Clerici  
© RIPRODUZIONE RISERVATA

## SERRAMENTI E INFISSI

## Edifici più efficienti: il business si fa green

«Bisogna abbandonare la logica prudenziale dei tempi di crisi per aprirsi a una visione più ottimista e lungimirante». Crede nelle opportunità Roberto Brovazzo, direttore generale della consociata italiana di Schüco, azienda tedesca specializzata in sistemi in alluminio per serramenti e facciate, nata nel 1951 in un piccolo cortile a Porta Westfalica.

Negli anni, il gruppo si è trasformato in un colosso del settore (2,28 miliardi di euro il fatturato del 2022), operando in più di 80 Paesi nel mondo. Tra questi l'Italia che, attraverso la sede di Padova e le filiali di Milano, Torino, Rimini, Roma e Napoli, è diventata altamente strategica: la terza nazione più performante dopo Germania e Francia. «La nostra capacità di offrire servizi evoluti, l'inserimento in organico di professionalità qualificate e l'attenzione costante ai collaboratori sono tra i fattori chiave del nostro successo», spiega Brovazzo.

Schüco Italia è in continua crescita, con un giro d'affari di oltre 130 milioni di euro nel 2022 (+25,2% sul 2021). Risultati che l'azienda punta a consolidare anche nel 2023, nonostante la mancanza di incentivi importanti come la ces-

sione del credito o lo sconto in fattura. «Siamo comunque fiduciosi, perché gli scenari futuri prevedono interventi di rinnovo delle abitazioni, sulla scia delle direttive europee per l'efficientamento energetico degli edifici: un driver di espansione considerevole, che vogliamo cogliere nel modo giusto», dice Brovazzo. Di particolare rilievo è il tema della sostenibi-

lità, visto che tra gli obiettivi del gruppo c'è anche quello di diventare Carbon Neutral entro il 2040. «Schüco Italia ha già messo in atto una serie di azioni concrete, come potenziare i comportamenti virtuosi per ridurre le emissioni, necessari nella progettazione degli edifici certificati Lead o Breeam, i due standard internazionali più importanti per valutare l'impatto ambientale, energetico e di benessere degli occupanti», racconta il direttore generale.

Ma non è tutto: «Stiamo lavorando affinché le certificazioni Epd, che dichiarano l'impatto ambientale dei sistemi in alluminio, siano riconosciute in Italia, diventando uno strumento anche nel mercato domestico», conclude Brovazzo.

Ca. Cler.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

INFORMAZIONE PUBBLICITARIA

## Le opportunità di sviluppo per l'export delle PMI italiane

L'export italiano riveste un ruolo cruciale nell'economia, specialmente per le Piccole e Medie Imprese (PMI). Tuttavia, molte PMI si trovano di fronte a sfide complesse nell'approcciare i mercati esteri. In questo contesto, i Temporary Export Manager emergono come una soluzione efficace per aumentare le vendite all'estero.

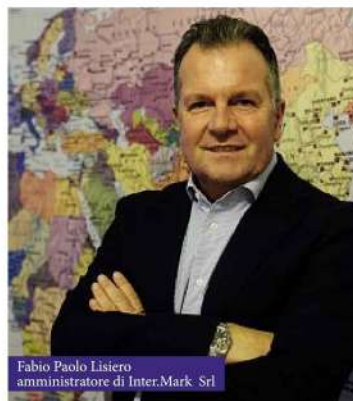
In un'economia globalizzata, la ricerca di opportunità commerciali oltre i confini nazionali è essenziale per lo sviluppo aziendale. Inter.Mark Srl emerge come leader nel facilitare questo processo per le aziende italiane, grazie ai suoi innovativi servizi di ricerca agenti di commercio e di sviluppo internazionale con i Temporary Export Manager.

I Temporary Export Manager sono dei manager temporanei, come suggerisce il nome, che offrono competenze specializzate, aiutando le PMI a sviluppare strategie adatte a mercati specifici, gestendo le relazioni con i partner commerciali esteri e fornendo un supporto diretto nell'implementazione di strategie di export. Ciò consente alle PMI di superare le barriere linguistiche, culturali e normative, aprendo nuove opportunità di business.

Abbiamo avuto il privilegio di intervistare Fabio Paolo Lisiero, Amministratore di Inter.Mark Srl e Presidente di Confimi Industria Venezia Treviso, per approfondire il successo dell'azienda nel supportare lo sviluppo delle imprese italiane all'estero.

Fabio Paolo Lisiero sottolinea il focus di Inter.Mark Srl sulla creazione e formazione di reti di vendita, fornendo un prezioso affiancamento commerciale estero. Questa strategia si rivela essenziale per le PMI italiane che desiderano espandersi globalmente. «Negli anni il nostro servizio ha subito progressive modifiche per adattarsi alle esigenze specifiche delle PMI. Oggi riusciamo a ritagliare un servizio tailor-made per consentire alla stragrande maggioranza delle PMI di vendere nei mercati internazionali.»

Grazie ad anni di attività e l'esperienza maturata in oltre 2000 progetti di sviluppo commerciale nei mercati internazionali, Inter.Mark Srl presiede oggi i mercati esteri,



Fabio Paolo Lisiero  
amministratore di Inter.Mark Srl

formando alle Imprese italiane la propria competenza nella penetrazione commerciale in 38 paesi al mondo.

Lisiero evidenzia il ruolo cruciale dei Temporary Export Manager nel successo di Inter.Mark Srl. «I nostri T.E.M. si recano fisicamente all'estero per conto dei nostri clienti, partecipano a fiere internazionali incontrando personalmente agenti e clienti finali. Abbiamo puntato molto sulla selezione dei nostri Temporary Export Manager, selezionando figure di grande esperienza commerciale estera perché crediamo molto che siano le persone a fare la differenza. Il successo di ogni azienda dipende dalle persone e la più grande capacità dell'imprenditore è quella di circondarsi di persone capaci. Inter.Mark punta molto sulla qualità delle risorse umane. Negli ultimi anni il progetto principale di Inter.Mark è stata la Total Quality, percorso che si è concretizzato con

l'acquisizione della certificazione ISO 9001. Inter.Mark oggi è in grado di offrire al mercato Temporary Export Manager certificati. Inoltre, un'aspetto altamente comparativo è stata l'acquisizione di skills digitali per i nostri TEM. Proprio perché l'Italia è fanalino di coda nella digitalizzazione in Europa crediamo che il nostro apporto nell'aiutare a sviluppare anche queste competenze sia fondamentale ed è per questo che i nostri professionisti sono TEM con competenze digitali. L'interconnessione tra l'Old Economy e la Digital Economy fa la differenza sui nostri servizi. Il nostro obiettivo è creare contatti per i nostri clienti, inbound ed outbound, per dimezzare i tempi di sviluppo di ogni progetto commerciale. Non solo noi cerchiamo i clienti per le nostre aziende, ma sono i clienti che cercano le nostre aziende.»

Questo servizio è un boost per le PMI che sono allan ricerca continua di efficientamento e sviluppo del fatturato. L'obiettivo di Inter.Mark è estremamente concreto e misurabile, Lisiero nel corso di quest'intervista ripete sempre che davanti ai numeri non c'è obiezione che tenga.

Per consentire il pieno raggiungimento degli obiettivi dei propri clienti Inter.Mark ha sottoscritto un rapporto di Partnership con SACE Spa ed è fornitore ufficiale di Simest, per la partecipazione a bandi per l'export.

Nel garantire la qualità del servizio, Inter.Mark Srl si distingue come un punto di riferimento unico in Italia. L'azienda è certificata ISO 9001, dimostrando un impegno costante verso l'eccellenza e la soddisfazione del cliente. In un contesto in cui la qualità gioca un ruolo fondamentale per il successo aziendale, Inter.Mark si conferma come partner affidabile per le PMI italiane che desiderano espandersi sui mercati internazionali.

www.intermarksrl.com