

Aziende&Mercati

NEW BUSINESS, STRATEGIE, FINANZA

www.corrierecomunicazioni.it



L'hi-tech italiano più forte in Israele

L'import-export fra i due Paesi nel 2006 è cresciuto del 10% a 2,07 miliardi di euro. L'Italia rappresenta per Israele il terzo paese fornitore di tecnologie.

AGENDA

L'e-commerce italiano

Workshop con gli operatori

Si svolge presso il Palazzo degli Affari e Giureconsulti The Italian E-Commerce Forum, evento istituzionale di Netcomm, che farà il punto sullo stato dell'e-commerce italiano: possibilità di assistere a workshop e interagire con i principali operatori del settore.

CONVEGNO, MILANO 19-20 GIUGNO

Innovare la Sanità

I sistemi informativi Erp

Si svolge presso Villa Contarini (Piazzola sul Brenta, Padova) il workshop su "Sistemi Informativi ERP in Sanità", organizzato da IBM e SAP in collaborazione con Medmatic@. Si parla di Sistema Informativo Sanitario e rete, necessità gestionali e riduzione dei costi.

WORKSHOP, 6 LUGLIO, PIAZZOLA BRENTA

Soft Touch Medicine

I modelli regionali

Si tiene al San Domenico Palace Hotel il convegno "Le Tlc avanzate applicate alla Sanità: il modello della Soft Touch Medicine", organizzato da Medmatic@: una riflessione e un bilancio sui modelli di sanità digitali già implementati nei contesti regionali.

CONVEGNO, TAORMINA 27 GIUGNO

Pubblicità a Cannes

In scena i multimedia

Si tiene all'interno del Palais des Festival di Cannes la 54esima edizione del Festival della Pubblicità che dedica un'ampia area espositiva ai creatori e ai provider di contenuti multimediali di ogni piattaforma media. A latere della parte espositiva una serie di workshop.

FESTIVAL, CANNES 17-23 GIUGNO

Cdc, ritorno al cash & carry

Fallisce l'avventura del gruppo toscano che rivede le stime e rinuncia al sogno mega-retail

SANDRO FRIGERIO

Doveva essere una delle stelle del mercato informatico italiano, con il suo mix di distribuzione, retail e produzione, ma per raddrizzare il timone la CDC di Giuseppe Diomelli ha deciso di cercare le acque sicure dei porti che meglio conosce. Del resto, le difficoltà manifestatesi nel 2005, con l'indebolimento dell'area consumer, si sono aggravate nel 2006 con il buco nell'acqua dell'iniziativa Compy Superstore che, attraverso un'alleanza con Unicoop Firenze doveva contrastare l'erosione nel mondo del retail. Il gruppo di Fornacette (Pisa), quotato al Techstar, ha chiuso l'anno con un fatturato in discesa di quasi il 5% a 541 milioni (il solo comparto retail passa da 216 a 180 milioni), una perdita di 6,2 milioni di euro, contro un utile di 1,1 milioni nel 2005 e i 10,7 milioni dell'anno d'oro 2004. In due anni, il titolo ha perso la metà del suo valore (oggi a 5,2 euro), ma soprattutto è fallita la strategia di rivitalizzare il segmento retail/consumer, dove il gruppo deve registrare lo stallone della rete Computer Discount, mentre cresce, anche se modestamente, il business distribuzione. L'accordo concluso nell'ottobre del 2005 per



gestire insieme con Unicoop Firenze, gigante da 2 mld di fatturato, la catena Compy Superstore, era la presa d'atto che occorreva un partner specializzato nella grande distribuzione per un salto di qualità. La formula dell'accordo permetteva a CDC di coprire, con il riconoscimento dell'avviamento, le spese sostenute (un milione e mezzo). Inoltre, benché la quota mante-

2007 era la volta di Claudio Landolfi, ad per la Direzione Amministrazione e Staff. Il nuovo piano industriale non poteva che prendere atto della situazione e indicare la volontà di focalizzarsi sul settore distribuzione, cash & carry, vendite dirette (oltre alle catene retail che contano tra l'altro i 190 punti di franchise Computer Discount), con conseguente riduzione dei volumi. I

Un prezzo pagato al mercato: lo spostamento della domanda dai desktop ai notebook penalizza i pc prodotti con marchio proprio

nuta nella società congiunta fosse del 48%, CDC conservava la gestione operativo-logistica e veicolava l'intero fatturato dell'area informatica. Il 2006 ha tuttavia confermato lo scarso successo della joint venture: perdite per oltre 6 milioni e mezzo, di cui 3,2 a carico di CDC, con conseguente decisione di cessione - perfezionata a febbraio - di Compy Superstore al gruppo Butali, attivo soprattutto con il marchio Euronics in Toscana. A settembre rassegnava le cariche l'ad Leonardo Pagni, sostenitore dell'accordo con Unicoop, e all'inizio di maggio

conti del primo trimestre segnano un ulteriore -10% del fatturato, a 139,7 milioni e dell'Ebitda del 23%, ma torna un utile di 1,3 milioni dopo una serie di trimestri in rosso. Oltre a problemi gestionali, il gruppo pisano sconta un'evoluzione del mercato. Lo spostamento della domanda dai desktop ai notebook ha tagliato l'erba sotto i piedi ai pc prodotti con marchio proprio, riducendo margine di contribuzione. Al resto contribuisce la crescita della domanda sul versante consumer, che ha aumentato il peso della grande distribuzione e delle catene. ■

L'indagine. Sirmi mette in guardia le aziende: la dicotomia business-consumer non paga più

FEDERICA META

È sulla "persona" che si giocano le sfide prossime venture del mercato dell'It e delle telecomunicazioni. Almeno stando all'ultimo studio presentato da Sirmi, società specializzata nella ricerca e nella consulenza aziendale, che sottolinea come nell'era della digitalizzazione e della convergenza non ha più senso parlare di mercati - aziendali o consumer - ma di un unico mercato della digital technology verso cui tendono domanda e offerta.

"Nel nuovo panorama digitale acquista sempre più importanza la persona - spiega la società -. In questa prospettiva il focus di attenzione si allarga dall'impresa al singolo, che assume un ruolo centrale diventando principale destinatario e fruitore di tecnologia, sia business sia consumer".

E le aziende che operano nell'Ict o nelle telecomunicazioni non possono che concentrarsi sulle azioni e sul comportamento del singolo per trovare soluzioni e prodotti digitali che lo soddisfino nei diversi ambiti in



Cambiano i business model La persona è l'asset dell'It

«Operatori in difficoltà nello sviluppo di sinergie per la convergenza»

cui opera: privato cittadino nel tempo libero e lavoratore che ha bisogno di relazionarsi in modo pratico e veloce sia con altri soggetti sia con aziende e istituzioni. "La progressiva virtualizzazione dell'offerta di beni e servizi, così come l'accentuazione del ruolo della persona - si legge nello studio - cambia anche il modo di fruizione dei device di accesso ai servizi che diventano più "personal", portatili e multifunzione. In questo senso si modifica anche la prospettiva aziendale sempre più rivolta alla produzione di uno strumento unico per tutte le

funzioni d'uso.

Ma qual è lo scenario in cui si trovano ad operare le aziende e i singoli fruitori? Secondo Sirmi la velocizzazione delle forme di comunicazione se da una parte mette la persona nella condizione di scegliere soluzioni del tipo "risparmia tempo", dall'altra

spinge le aziende a superare le criticità dell'offerta digitale per venire incontro alle nuove esigenze.

"In particolar modo - conclude lo studio - si rileva una forte difficoltà degli operatori a sfruttare le sinergie derivanti dalla convergenza, nonché a utilizzare al meglio le nuove tec-

L'incertezza degli investimenti in infrastrutture adeguate rischia di rallentare il processo di innovazione dell'offerta di device all-in-one

nologie per erogare servizi a valore aggiunto piuttosto che quelli tradizionali. C'è poi la questione riguardante il quadro degli investimenti: l'incertezza degli attori ad effettuare investimenti in infrastrutture adeguate rischia di rallentare il processo di innovazione dell'offerta nella direzione della convergenza e nel device unico di accesso".

Per velocizzare il sistema offerta si auspica un'analisi precisa e aggiornata dello scenario tecnologico così come quella del sistema competitivo nazionale ed internazionale. ■