

Il Sole 24 ORE

Fondato nel 1865

Quotidiano Politico Economico Finanziario Normativo

Riforma
Fiscaltà
internazionale,
debutterà la penalty
protection

Stefano Grilli
— a pag. 19

Agevolazioni
Bonus edilizi,
dalle Poste stop
agli acquisti
delle rate 2024

Giuseppe Latour
— a pag. 19



FTSE MIB 30440,95 +0,12% | SPREAD BUND 10Y 168,50 +0,30 | SOLE24ESG MORN. 1224,58 -0,04% | SOLE40 MORN. 1111,08 +0,17% | **Indici & Numeri** → p. 21-25

L'energia spinge l'inflazione Ue (+2,9%) Volano i prezzi dei noleggi marittimi

Congiuntura

Italia in controtendenza:
a dicembre solo +0,6%
Nel 2023 prezzi al 5,7%

In Europa prosegue
l'aumento dei listini
dei prodotti alimentari

Noli Asia-Mediterraneo più
che raddoppiati in meno di
tre settimane per i container

Se la voce energia che ha fatto rialzare la testa dell'inflazione in Europa è destinata a rientrare a breve, ben altro impatto avranno le tariffe del trasporto marittimo. In forte aumento. A dicembre in Europa il tasso d'inflazione si è attestato al 2,9% dal 2,4% di novembre. In controtendenza invece l'Italia, dove la corsa dei prezzi registra a dicembre un +0,6%, portando il tasso medio annuo 2023 al 5,7% contro l'8,1% del 2022. A preoccupare è la dinamica dei costi logistici: i noli delle navi tra l'Asia e il Mediterraneo sono più che raddoppiati in meno di tre settimane, spingendosi oltre i 5 mila dollari per Feu (i contenitori da 40 piedi).
Bellomo, Perrone, Sorrentino
— alle pagine 2 e 3

TENSIONI NEL MAR ROSSO

A fine dicembre
crollo del 38%
del traffico
dal canale di Suez

Raoul de Forcade — a pag. 2

40%

IMPORT EXPORT ITALIANO
Del canale di Suez in Egitto transita
normalmente il 40% delle merci da
e per i porti italiani

Occupazione Usa oltre le stime Yellen: pessimismo ingiustificato

Stati Uniti

A dicembre creati 216 mila
nuovi posti di lavoro,
la previsione era di 170 mila

Rapporto sull'occupazione di di-
cembre superiore alle stime, negli
Stati Uniti. Il mese scorso sono stati
creati 216 mila posti di lavoro ri-

petto a novembre, mentre gli analisti attendevano un aumento di 170 mila posti. La disoccupazione è stabile al 3,7%, contro attese per un rialzo al 3,8%. Nonostante la buona performance dell'economia, le Borse non hanno apprezzato il dato sull'occupazione. In deciso calo i titoli del Tesoro Usa per il timore di un rinvio dei tagli dei tassi da parte della Federal Reserve. Yellen (segretario al Tesoro): «Ingiustificato pessimismo sull'economia».
Cellino e Valsania — a pag. 4

UNIONCAMERE-ANPAL

Lavoro in Italia,
a gennaio previste
508 mila assunzioni
Manifattura
e turismo in calo

Claudio Tucci
— a pag. 5

FALCHI & COLOMBE

BANCHE CENTRALI, ATTESE ED ERRORI DEL PASSATO

di Donato Masciandaro — a pagina 4

FUNERALI DOPO LA STRAGE

Duri proclami
da Hezbollah e da
Teheran: vendetta
contro Israele

— a pagina 9



Funerali. Le vittime delle esplosioni alla tomba di Soleimani a Kerman

DIETRO L'ATTENTATO

**IL RANCORE
DELL'ISIS
CONTRO L'IRAN
DI SOLEIMANI**

di Ugo Tramballi — a pagina 9

GIDIEMME
BREVETTI & MARCHI D'IMPRESA

"Tutelare i marchi e i brevetti, nell'era della globalizzazione, rappresenta un passo obbligato per tutte le imprese che decidono di immettere sul mercato un proprio prodotto innovativo o di imporsi sui loro concorrenti con un brand forte"

- Marchi
- Brevetti Modelli Design
- Diritti d'Autore
- Nomi a dominio
- Assistenza Legale
- Valorizzazione e Valutazione
- Contrattualistica
- Contraffazioni
- Corsi di formazione
- Naming

GIDIEMME S.R.L. • Sede Legale
Via Giardini 474/M • 41124 Modena
Tel 059 353332
www.gidienne.it • info@gidienne.it



Strategie. Il colosso americano punta su una svolta nel Paese asiatico

Germania, solare record Emissioni di gas serra ai minimi da 70 anni

Energia

Sale le produzioni di
rinnovabili; meno consumi
con recessione e risparmi

In Germania le emissioni di gas serra sono scese nel 2023 al livello più basso dagli anni '50. Quelle di CO2 sono calate a 673 milioni di tonnellate: -46% sul 1990. Le ragioni di

questa contrazione vanno ricercate nella crisi energetica: il cambiamento della bilancia commerciale tedesca sull'elettricità, la recessione, il calo di produzione, soprattutto nell'industria energivora. Hanno poi influito i risparmi nei consumi di elettricità e gas, mentre l'uso del carbone per produrre elettricità è tornato ai livelli degli anni '60, sebbene in aprile siano state chiuse le ultime tre centrali nucleari. Nel 2023 per la prima volta oltre il 50% dei consumi del Paese è stato coperto da rinnovabili.
Isabella Bufacchi — a pag. 7

PICCOLE IMPRESE A PIAZZA AFFARI

Borsa, Pmi metà delle quotate
ma la capitalizzazione è bassa

Vito Lops — a pag. 13

PANORAMA

EMERGENZA SANITARIA

**Influenza record
per il flop
delle vaccinazioni
Allarme polmoniti**

Più del Covid è l'influenza a registrare un'incidenza record: sono quasi 7 milioni gli italiani messi già a letto finora, poco più di un milione solo tra Natale e Capodanno come ha certificato ieri l'Istituto superiore di Sanità. Allarme polmoniti. La copertura vaccinale è insoddisfacente per i ritardi di diverse Regioni oltre che per il rifiuto generale al vaccino per il Covid che si è allargato anche a quello per l'influenza. — a pagina 6

LA RIFORMA DEL TEST

**Modello italiano
per l'ingresso a medicina**

Riforma del test d'ingresso per il numero chiuso a Medicina ispirata solo in parte al modello francese. Accesso aperto al primo anno e poi verifica dopo sei mesi. Nel 2024 via a una versione rivista del Tole con due sessioni. — a pagina 6

MODA MASCHILE

**Napoleone:
«Da martedì
il Pitti più ricco
di sempre»**

Giulia Crivelli — a pag. 13

INDUSTRIA DELL'AUTO

**Stellantis, aumenta
la produzione in Italia**

I dati della produzione Stellantis nel 2023 sono in miglioramento rispetto al 2022, confermando così il secondo anno di crescita (+9,6%). Lo rileva la Fim-Cisl. In calo invece (-9,3%) la produzione a Mirafiori. — a pagina 13

BEVANDE ALCOLICHE

**In caduta i titoli
del cognac per
indagine cinese
antidumping**

Meneghello — a pag. 15

INTELLIGENZA ARTIFICIALE

**Commissione algoritmi:
lascia Amato, entra Benanti**

Il frate Paolo Benanti è il nuovo presidente della cosiddetta "commissione algoritmi" dopo le dimissioni di Giuliano Amato. Studiare l'impatto dell'IA su editoria e giornalismo è il compito assegnato dal Governo. — a pagina 8

ABBONATI AL SOLE 24 ORE

25% di sconto + regalo. Per info:
ilsole24ore.com/abbonamento
Servizio Clienti 02.30.300.600

Imprese & Territori

Automotive

La produzione Stellantis in Italia in crescita del 9,6% nel 2023 — p.13

Trasporto merci su rotaia

Italia e Svizzera accelerano sulla linea del Sempione — p.14



LUISAVIAROMA FA SHOPPING

L'azienda italiana leader nel settore dell'e-commerce di lusso, ha acquistato Holding IT, gruppo retail che fa capo a Tommaso Maria Andorlini
www.ilssole24ore.com/moda
L'articolo di Silvia Pieracini



Design, le imprese a caccia d'investitori per crescere

Manifattura e finanza

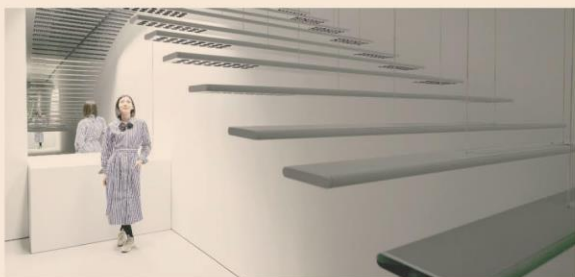
In aumento le operazioni sul mercato dei capitali: nel programma Elite 26 Pmi

Intesa Sanpaolo: nel biennio stimato un recupero dei fatturati grazie all'export

Giovanna Mancini

Dinamiche e competitive dal punto di vista industriale - all'avanguardia nella circular economy e nell'innovazione di prodotto - le imprese italiane dell'arredamento e dell'illuminazione sembrano invece ancora in larga parte restie a compiere un salto di evoluzione, quello della governance e del ricorso agli strumenti della finanza, che invece altri settori del made in Italy hanno affrontato con maggiore convinzione negli ultimi 10-15 anni. I passi avanti non mancano e proprio il 2023 ha visto un discreto numero di operazioni, tra cui l'acquisizione di Zanotta da parte di Cassina; quella di Reggiani Illuminazione da parte di Nemo Lighting; quella di Turri da parte di Italian Design Brands, gruppo che peraltro lo scorso maggio ha fatto il suo ingresso in Borsa Italiana (vera mosca bianca del panorama italiano del design). Il fassetto societario di Inopio, con l'ingresso di nuovi soci come Claudio Costamagna e il gruppo Msc.

«Qualche movimento c'è, ma il settore è ancora un po' fermo da questo punto di vista - osserva Anna Roscio, responsabile Direzione Sales & Marketing Imprese di Intesa Sanpaolo - Probabilmente la ragione va ricercata nelle caratteristiche intrinseche di questo comparto che mantiene ancora una forte tradizione locale e artigianale e questo freno l'apertura dei capitali aziendali. Come Banca siamo impegnati ad accompagnare le Pmi in percorsi di crescita che facciano leva sull'innovazione e sulla sostenibilità». È un settore fondamentale per il Pil italiano, che secondo le stime di Intesa Sanpaolo ha raggiunto nel 2022 un fatturato di 31 miliardi di euro (mobile e illuminazione insieme), confermato da un primato produttivo, nel comparto, all'interno della Ue. Ma nel prossimo anno do-



Eccellenza del made in Italy.

Il Salone del Mobile di Milano è la vetrina internazionale più importante del design (nella foto, lo stand di Flos la scorsa edizione)

avrà affrontare sfide importanti, a cominciare da quelle legate alla sostenibilità e alla digitalizzazione, che richiedono ingenti risorse finanziarie per sostenere gli investimenti necessari.

Il 2023, sempre secondo le stime dell'Istituto di credito, ha visto un primo rallentamento del mercato dopo due anni di forte espansione, con un calo atteso del 2,2 per cento. Migliori le prospettive per il 2024-2025, grazie alla ripresa della domanda internazionale, in particolare per i beni di fascia alta. Ma per cogliere le opportunità sul fronte esportazioni, rispondere alle esigenze di innovazione e sostenibilità dei consumatori e fare fronte a una competizione sempre più agguerrita, ad esempio acquisendo altri brand supportati da private equity, sia di debito: un paio emesso mini-bond e hanno raccolto in meno di 7 milioni per finanziare operazioni di illuminazione. Per avere un termine di confronto, sono 48 le aziende del fashion in Elite, di cui 47 italiane, mentre quelle del food sono 177, di cui 144 italiane.

Itema fondamentale è aumentare l'informazione e la formazione di queste aziende nei confronti dei diversi strumenti della finanza, dal debito all'equity, dai mercati privati al mercato pubblico. «Un po' alla volta

finora affrontato in questa logica di filiera, per cui alcuni grandi brand hanno consolidato la loro presenza all'estero, con ricadute positive per l'intera catena dei fornitori».

Per mantenere elevata questa forte propensione all'export è necessario un cambio di passo, che il ricorso alla finanza può accelerare. «Non è una scelta obbligata, ma un'alternativa per poter pensare più in grande», spiega Maria Testi, coo di Elite, la società del gruppo Euronet che accompagna le piccole e medie imprese a crescere e accedere ai mercati dei capitali pubblici e privati. «Dal nostro osservatorio assistiamo a un progressivo incremento delle aggregazioni anche nel settore dell'arredamento e dell'illuminazione e un crescente interesse verso gli strumenti della finanza - dice Testi -. Attualmente abbiamo 26 aziende di questo comparto nel network di Elite, che rappresentano quasi 3 miliardi di euro di fatturato aggregato e 630 dipendenti e hanno un fatturato medio di 30 milioni di euro l'una. Tutte hanno già fatto qualche azione sia in ambito Equity, ad esempio acquisendo altri brand supportati da private equity, sia di debito: un paio emesso mini-bond e hanno raccolto in meno di 7 milioni per finanziare operazioni di illuminazione. Per avere un termine di confronto, sono 48 le aziende del fashion in Elite, di cui 47 italiane, mentre quelle del food sono 177, di cui 144 italiane.

Itema fondamentale è aumentare l'informazione e la formazione di queste aziende nei confronti dei diversi strumenti della finanza, dal debito all'equity, dai mercati privati al mercato pubblico. «Un po' alla volta

sono certa che questo settore si affaccerà sempre di più al mondo dei capitali - dice Testi - anche come possibile soluzione all'attuale frammentazione». Un cambiamento necessario per cogliere le opportunità che i mercati offrono: un recente studio presentato da Equista stima che il mercato globale dell'arredo-design crescerà del 6,6 per cento tra il 2022 e il 2027, raggiungendo i 9,2 miliardi di dollari, trainato in particolare dalle vendite tramite piattaforme online e dai Paesi nordici in cui la spesa pro-capite in design è superiore alla media.

Proprio tra i banchi di Elite nasce l'avventura di Italian Design Brand, iniziata nel 2015 grazie all'acquisto dei fratelli Gervasoni, titolari dell'omonima azienda di arredamento della Brianza, e alcuni manager di private equity (tra cui Fabio Sartin e Paolo Colonna) a cui si sono poi aggiunti investitori privati. Il gruppo, che oggi conta 11 marchi in portafoglio e un fatturato di oltre 200 milioni di euro, sin dall'inizio si era dato come obiettivo la quotazione e questo traguardo è stato raggiunto lo scorso maggio, dopo che, peraltro, nel capitale era entrato Tamburi Investment Partners acquisendo il 50 per cento delle azioni. «Essere quotati sta attirando sul gruppo l'attenzione di altre aziende - spiega il managing director Giorgio Gobbi -. Imprenditori che già conoscevano, ma che prima non erano interessati a unirsi a noi, oggi ci stanno pensando. E anche un fattore di attrazione per nuovi talenti manageriali. Infine, l'iscrizione di capitali ci consentirà di acquistare in futuro anche aziende più grandi e anche non italiane».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

L'intervista. Raffaello Napoleone

Ceo di Pitti Immagine

«Da martedì il Pitti Uomo più completo di sempre»

Giulia Crivelli

Mancano tre giorni all'inizio dell'edizione numero 105 di Pitti Uomo, la più importante manifestazione al mondo (la parola fiera è da anni ridotta per descriverla) tra quelle dedicate alla moda maschile. «Un evento unico, un appuntamento che due volte all'anno permette di capire il presente e proiettarsi nel futuro e a maggior ragione in questo inizio di 2024, che si è aperto con tante incognite economiche e geopolitiche», spiega Raffaello Napoleone, amministratore delegato di Pitti Immagine, la società che ha ideato le manifestazioni di Firenze (abreve d saranno Pitti Bimbo e Pitti Filati). Una unità e completezza legata anche all'asse con Milano - dove il 12 gennaio, ultimo giorno di Pitti, inizieranno sfilate e presentazioni - e alla collaborazione tra Pitti Immagine e la Camera della moda, che organizza le settimane della moda uomo (e donna) di Milano.

Da anni abbinamento e accessori maschili crescono a un ritmo persino superiore alla parte donna. Con che numeri si arriva al Pitti di gennaio? Buoni: le stime di Confindustria Moda su dati Istat indicano per il 2023 una crescita del 4,9 per cento e un fatturato di 11,8 miliardi, ben sopra i livelli pre Covid, anche per la percentuale di export, che nello scorso anno è arrivata al 73,2 per cento, contro il 69,3 per cento del 2019. Certo, i record del 2022, con il rimbalzo post pandemia e una crescita del 20,3 per cento, non si replicano. Ma proprio perché sul 2024 è difficile fare previsioni Pitti è l'occasione per confrontarsi su quelle alternative che si aprono, non ci sono solo i grandi marchi e i computer del prodotto finito. Tra i visitatori abbiamo rappresentanti dell'intera filiera del tessile-moda.

La Forza da Basso, storica sede delle fiere di Pitti Immagine, ha avviato i tanto attesi lavori di riqualificazione. Che effetto ha avuto sull'offerta degli spazi?

Abbiamo cercato di limitare al minimo i disagi per gli espositori e cercato di non deludere le aziende che da sempre ci scelgono e quelle che, stagione dopo stagione, chiedono di essere presenti per la prima volta. I marchi saranno 832, il 46 per cento dei quali dall'estero: è un dato importante, perché consente di avere un quadro ancora più completo dell'evoluzione della moda maschile. Ma ringrazio a ricordare gli eventi speciali, con sezioni dedicate ai giovani stilisti tedeschi e agli artigiani e marchi dal Giappone, forse il Paese che da sempre più apprezza l'eccellenza italiana e ne condivide i valori legati sia all'artigianalità sia alla costante innovazione su materiali e stili. Senza dimenticare mostre e allestimenti speciali tra gli stand.

Non si rischia di distrarre i computer di questa ricchezza di offerta "extra stand"?

Al contrario: creiamo, per tutti e tutti insieme, una vera e propria esperienza per chi espone e per chi viene a comprare oppure osservare, come i giornalisti. La moda non è solo una cosa viva e in perenne evoluzione e quasi ossessionata dal futuro. È anche un sistema complesso, difficile da interpretare ma affascinante da analizzare, a maggior ragione nel mondo post globalizzazione e fortemente rivoluzionato dal digitale, in tutti i suoi aspetti. Per non parlare dei cambiamenti culturali e sociali e direi intergenerazionali, che la moda non deve temere ma assecondare. O forse persino accelerare: le aziende italiane del sistema moda, in particolare grazie alla loro flessibilità, sono state in grado di cavalcare i cambiamenti e restano leader al mondo. A Firenze avremo 86 buyer da Americhe, Asia, Medio Oriente ed Europa, anche grazie alla collaborazione con i ministeri degli Esteri e con Agenzia Ioe. Ai primi tre posti per buyer ci sono Germania (66), Ue (64) e Francia (58). Credo sarà l'edizione più completa e internazionale di sempre.

Qual è il cambiamento più evidente della moda maschile?

Il formale, una delle eccellenze italiane, non è più al centro di offerta e desideri, ma tutti i nomi storici del made in Italy hanno saputo abbracciare la domanda di abbigliamento e accessori più versatili, nelle forme e nei materiali (cassa, cotone, lino, seta, 24 Ore di ieri, ndr). È un circolo virtuoso tra segnali che arrivano dalla società e dalla cultura e capacità delle aziende di intercettarli. È quasi una magia.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

L'analisi

AFFRONTARE LA SFIDA DELL'INNOVAZIONE

di Marco Sammicchi

Dallo scorso dicembre il Made in Italy è anche un liceo e un fondo sovrano. Il ministro Urso che aveva già rinominato il dicastero dello Sviluppo Economico con la celebre sigla del "fatto in Italia" ha promesso una legge che estende le politiche del comparto manifatturiero più prezioso del Paese alla formazione, alla tutela economica e alla transizione ecologica. Ancora una volta gli orientamenti economici strategici passano da un ddl che solo per il settore design taglia circa 200 milioni di incentivi.

La timidezza nei confronti delle sfide azionarie che ancora contraddistingue le aziende del design italiano si è nel tempo

trasformata in reticenza. L'aiuto si attende dalla politica e non dalla conquista del mercato.

Arredo e illuminazione hanno una forma di imprenditoria molto radicata nei territori, ancorata al credito dei distretti industriali e delle esportazioni, ma soprattutto legata a dinamiche familiari ancora prepotenti rispetto al contributo di manager alienati a strategie che combinino finanza e innovazione.

Sul piatto c'è la partita della crescita che può garantire la tutela delle filiere, l'approvvigionamento delle materie prime ma soprattutto la trasmissione delle competenze e la formazione delle nuove leve.

Il design Made in Italy ha molte sfide davanti a sé. La principale

rimane la tenuta del Salone del Mobile rispetto a un timido percorso di trasformazione di quella che è la piattaforma più importante del settore, la più internazionale ma anche la più messa alla prova dai cambiamenti delle relazioni commerciali e delle abitudini di consumo. Su queste pagine ne abbiamo parlato con Stefano Boeri, invitando tutti gli operatori a profondi ripensamenti e azioni. Riflessione che in ottobre vedrà un convegno con Altgamma in Triennale Milano anche su questi temi. È cambiato il ritmo globale delle fiere, oggi la comunicazione o lo scambio commerciale avvengono sul digitale dove occorre creare immagini e reti distributive efficienti e nei retail

dove però resiste la logica dell'evento rispetto alla creazione di uno snodo dove educare alla qualità dei sensi e alla fisicità dell'incontro.

Il design italiano non può perdere questi codici e deve trasmetterli creando consapevolezza e distinzione. Il 14 marzo con un appuntamento da quattro in futuro anche aziende più grandi e anche non italiane».

Direttore Museo Design Italiano
Triennale Milano
© RIPRODUZIONE RISERVATA