

Copertina



QUANDO IL SUCCESSO GENERA PROGRESSO

*In occasione del suo 400° numero, **Capital** ha selezionato le eccellenze di sette macro aree produttive. Protagonisti, **imprenditori, aziende, idee, prodotti e servizi** che hanno cambiato e stanno cambiando la nostra vita. Con una particolare attenzione a chi **sta affrontando con slancio** e creatività le sfide del futuro | Sergio Luciano*

«NON POSSIAMO PRETENDERE CHE LE COSE CAMBINO se continuiamo a fare le stesse cose»: lo diceva Albert Einstein, lo hanno messo in pratica da sempre (e, per fortuna, in tanti ancora lo fanno) centinaia, migliaia di imprenditori di successo, capaci di reinventare se stessi, le loro imprese e i loro prodotti attraverso gli anni, le fasi, le crisi, le riprese. È quel che questo numero speciale di *Capital* ha deciso di ricordare e celebrare, guardando in retrospettiva ai propri 400 numeri dalla fondazione, da quel marzo del 1980 che sembra sideralmente lontano, eppure è l'altro ieri. Ed è lo stesso spirito, o lo stesso insieme di valori, che **Class Editori** sostiene con il suo nuovo motto, catalizzante e ritemprante, con cui ha deciso di opporsi attivamente alla difficilissima congiuntura economica: «L'Italia c'è». Ma per farcela, per superare la crisi, bisogna sapere chi siamo, ricordarselo. E, insieme, bisogna riuscire a rinnovarsi nel profondo, ricrearsi dopo essersi autodistrutti, perché, come sosteneva Pablo Picasso, «ogni atto di creazione è prima di tutto un atto di distruzione». Ma attenzione: la scelta, nel caso di *Capital 400*, non è stata soltanto quella di guardare al made in Italy, ma anche quella di scegliere come bussola l'innovazione, indipendentemente dalla bandiera: perché l'Italia non è solo un paese-fucina, è anche un paese-spugna, che inventa ma sa anche imparare, crea ma sa anche rielaborare, anticipa ma sa anche seguire e spesso sorpassare. E come il motore di ricerca italiano Virgilio nacque nel '95, un anno prima di Google (che a sua volta originò da un algoritmo ideato dall'italiano Massimo Marchiori), così oggi il nostro paese è al decimo posto nel mondo per penetrazione di Facebook, al 27° per penetrazione della telefonia cellulare (per capirsi, gli Usa sono al 114° posto) e addirittura al terzo posto dopo Stati Uniti e Giappone per numero di host su internet e al 13° per numero di utenti internet assoluti (dati Index Mundi). L'Italia che produce, infatti, sa fare, sa rinnovarsi e sa evolvere; ma anche l'Italia che consuma è veloce nei cambiamenti e sa cogliere i trend con una velocità e una prontezza che pochi altri paesi possono vantare.

Digital & Hi tech

UNA COPERTINA CHE *Capital* ha deciso di dedicare a un italiano globale, e che ricorda nelle pagine che seguono, dedicate appunto al mondo Digital & Hi tech, è stata quella sull'impresa di inventarsi il futuro riuscita a **Federico Marchetti**, patron di Yoox, il più importante sito di e-commerce nel fashion a livello mondiale, con 375 milioni di ricavi 2012: è un caso tipico di quella visione anticipatrice che spesso gli

italiani sanno esprimere, osando dove neanche i colossi osano (l'e-commerce nell'alta moda, mai tentato su vasta scala nemmeno negli Usa) e riuscendovi. E guardando al mercato mondiale fin dalla start-up (tra parentesi, resa possibile dalla scommessa di quel pioniere dell'high tech italiano che è **Elserino Piol**) per superare i confini dell'e-commerce in Italia che copre ancora solo il 3% del totale del commercio al dettaglio (dati Netcomm). Ma il fenomeno sta esplodendo: sono 13,6 milioni, a fine aprile 2013, gli italiani che hanno fatto almeno un acquisto online, con un +50% rispetto al 2012, e la previsione di crescita degli acquisti elettronici per quest'anno è del +17% in valore rispetto a 12 mesi fa.

Finanza & Innovazione

INDUBBIAMENTE È IL BOOM del digitale la cifra che è connota, attraversa e pervade un po' tutti i settori dell'economia degli ultimi 33 anni. Anche la finanza, dove pure l'innovazione informatica ha penetrato le abitudini: non a caso, la carrellata dedica un corposo capitolo a «Finanza & Innovazione». Ebbene, a fine 2011, secondo l'ultimo rapporto sulla multicanalità in banca, su 33 milioni di conti correnti in Italia, oltre 18 milioni avevano anche l'interfaccia internet o mobile-phone. C'è chi in Europa fa di più, è vero. Ma l'Italia è partita in ritardo e sta recuperando. E oggi nel settore bancario e finanziario ci sono realtà della forza di Ing Direct, CheBanca, Fineco, Mutuonline, che non si spiegherebbero senza la loro capacità di fare ampio ricorso alle risorse della rete. Quasi sempre con idee, brevetti e tecnologie tutti italiani.



Copertina

L'ITALIA C'È. MA, PER SUPERARE LA CRISI, DOBBIAMO SAPERE CHI SIAMO. E, INSIEME, DOBBIAMO RIUSCIRE A RINNOVARCI NEL PROFONDO



Beauty & Benessere

TUTTA ITALIANA è un'altra area interessantissima di innovazione e tecnologia, dove l'informatica c'è ma si vede meno, oscurata da fattori di natura culturale, estetica e sociale. Un'area che fino a trent'anni fa era solo un abbozzo: è il mondo del wellness, che ha trovato in un imprenditore-fondatore come **Nerio Alessandri** (che venne immortalato da una celebre copertina di *Capital*) il suo rifondatore e insieme il suo apostolo, con la celeberrima Technogym, protagonista di una storia d'impresa eccezionale, con un boom senza precedenti e un successo senza confini. Oggi l'Italia è il quarto mercato europeo per fatturato nel settore, dopo Regno Unito, Spagna e Germania, e il primo per numero di palestre con 8.500 club e oltre 5,5 milioni di iscritti. Benessere però non significa solamente fitness e ginnastica, ma anche saggia manutenzione dell'organismo, prima che il tempo o lo stress portino a problemi risolvibili soltanto con cure sanitarie. Benessere significa quindi anche cura dell'estetica, un altro ambito dove una ultramillenaria tradizione italiana (si pensi alle terme dell'antica Roma) si è saldata, rinascendo, con il costante gusto per la qualità della vita e per lo star bene. Tutto questo ha dato un'insperata linfa al settore farmaceutico allargato, che va oltre i prodotti etici e abbraccia quelli dietetici o parafarmaceutici: mai andato così bene nonostante la crisi.

Stile & Luxury

PARLARE DI QUALITÀ della vita è tutt'uno che parlare di stile e di lusso, due eccellenze italiane da sempre, due sinonimi di made in Italy nel mondo, per fortuna. Dopo una cavalcata trionfale di tre anni, dal 2010 al 2012, il settore nel mondo è cresciuto a due cifre, anche i consumi di beni di lusso stanno andando in controtendenza rispetto alla crisi globale, secondo l'osservatorio Altagama-Bain, che prevede per il 2013 una crescita del settore pari al 4,5%, trainata dai nuovi ricchi dei paesi emergenti. Il saper vivere italiano, e il gusto per il bello in tutte le sue declinazioni, dall'abbigliamento agli accessori, al gioiello, ci rendono unici. E se è vero, come diceva Coco Chanel, che «la moda è ciò che invecchia subito», negli ultimi 33 anni (che questo *Capital 400* celebra) si direbbe che lo stile italiano sia ringiovanito. Nell'abbigliamento come nel mobile e nel design, che stanno conoscendo davvero una nuova giovinezza. Inevitabile dunque, ma non per questo negativo, che il made in Italy sia oggetto delle passioni degli stranieri, che lo acquistano come clienti ma spesso anche come padroni, e l'Italia alla fin fine sa bene accogliere e integrare i capitali stranieri che, sempre più spesso, acquistano le griffe made in Italy senza però minimamente pensare di snaturalarle o di deportarle.



Copertina

L'ENOLOGIA DIMOSTRA QUANTO SIA IMPORTANTE, NEL MONDO, IL RAPPORTO TRA L'ECONOMIA E IL SUO TERRITORIO

Territori & Tradizione

QUAL È L'ALTRA AREA che per definizione viene evocata quando si parla del saper vivere degli italiani? Naturalmente l'enogastronomia e il turismo, altre due straordinarie risorse del paese che *Capital*, durante i suoi 400 numeri di storia, ha sempre seguito da vicino, certo di sostenere un settore-chiave per il benessere italiano. Ebbene, questi tre decenni abbondanti non sono passati invano. Alcune industrie che gravitano in questa ricca e diversificata costellazione sono maturate e cresciute esponenzialmente; basti pensare a quella del vino: qualche cifra lo dimostra, oggi l'Italia è il primo produttore di vino al mondo, con 40,8 milioni di ettolitri, di cui oltre il 60% rappresentato dai 522 vini qualificati, tra Doc (330), Docg (74) e Igt (118). Nel 2012 il fatturato è salito del 7% e le esportazioni ancora crescenti stanno trainando al successo anche questo faticoso 2013 che stiamo attraversando. Non c'è che l'enologia, nel mondo, a dimostrare quanto conti il rapporto tra l'economia e il suo territorio: perché la vitivinicoltura è un'impresa da territorio.



Living & Design

LO STILE È, INSIEME, SENSIBILITÀ estetica, buon gusto e spesso anche visione del mondo e della vita. Quando, per esempio, una griffe tra le più celebri nel settore del living, come Alessi, decide di regalare alla città di Omegna (una piccola company-town che già doveva molto a questa sua azienda) 90mila ore di lavoro dei suoi dipendenti, anziché metterli in cassa integrazione, dimostra che la ricerca dell'armonia e del bello travalica l'ambito del prodotto e investe tutto l'approccio di un'impresa e dei suoi vertici all'ambiente che li circonda. Ed è con questo approccio che molti settori di questo più generale comparto del design prosperano nonostante tutto. L'export del mobile, per esempio, non è minimamente stato frenato dalla crisi, perché, a fronte della grande gelata europea, le vendite extracontinentali hanno prosperato.

Mobilità & Velocità

ENFINE, NON POTEVA MANCARE in questa carrellata retrospettiva che *Capital* regala ai suoi lettori nell'occasione dei 400 numeri pubblicati,

il settore della mobilità e della velocità, che per gli economisti significa innanzitutto gruppo Fiat, mentre per miliardi di persone nel mondo significa Ferrari, il brand italiano più celebre di sempre. La fabbrica di Maranello, sotto la guida di **Luca di Montezemolo**, ha saputo negli anni affiancare ai primati sportivi, sempre presidiati e spesso replicati, altrettanti importanti primati commerciali. E non a caso, nei primi quattro mesi del 2013, la Ferrari ha venduto il 4% in più delle vetture che aveva collocato nello stesso periodo dell'anno precedente, con una crescita dei ricavi dell'8%, un trading profit del 42% e un net profit di oltre il 36%. Né si può tacere dell'altra, grande rivoluzione vissuta dall'Italia in quest'ultimo trentennio, ovvero la rivoluzione del trasporto ferroviario legata all'alta velocità e, più di recente, all'irruzione, nel comparto, della prima vera concorrenza nel servizio passeggeri, quella di Italo, il supertreno privato, artefice lo stesso Montezemolo, che sta dando filo da torcere a Trenitalia costringendola a un colpo di reni e conseguendo così un doppio vantaggio per i cittadini. Treni più veloci e più curati, anche se molto resta da fare: anche questa è condivisione dell'esigenza di una più libera, economica e dinamica mobilità. C

MUTUIONLINE

START-UP CREATA NEL 2000 da **Marco Pescarmona** e da **Alessandro Fracassi** (foto), **MutuiOnline** oggi è leader di riferimento per le scelte finanziarie delle famiglie italiane grazie ai portali di confronto e intermediazione per mutui, prestiti, assicurazioni, conti correnti e di deposito. Business che coinvolge 100 tra i più grandi istituti bancari e assicurativi e ha prodotto oltre **15 miliardi di euro di finanziamenti intermediati**. Con quasi 800 persone impiegate e più di 80mila visitatori unici al giorno, è quotato in borsa dal 2007 e continua a crescere: ultimo nato il portale **Segugio.it**, multi-comparatore on-line di polizze auto e moto. www.mutuionline.it



La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato

