

L'INTERVISTA Antonio Calegari, vicepresidente di Carlson Wagonlit Travel

«Viaggi d'affari con un clic dal proprio smartphone»

Il manager: «Trasferite sempre più fai-da-te. Con la nostra app "CWT To Go" rendiamo già tutto più facile»

Enrico Boschivi

Il mondo dei viaggi d'affari sta cambiando rapidamente, grazie alle tecnologie che mettono l'utente nelle condizioni di scegliere velocemente e in autonomia. Abbiamo chiesto ad Antonio Calegari, vicepresidente e Country director di Carlson Wagonlit Travel per Italia, Spagna e Grecia, di illustrarci questa rivoluzione in atto.

I viaggi di lavoro hanno mantenuto la loro importanza anche in tempo di crisi: quale apporto danno all'innovazione delle imprese e come sta cambiando il modo di viverli e gestirli in azienda?

«I viaggi d'affari sono un'efficace motore di business, utile alle aziende per internazionalizzare, ampliare la base clienti, spingere processi e prodotti verso l'innovazione competitiva. Ma una profonda evoluzione sta interessando anche il modo di gestire le trasferte, sulla spinta delle nuove tecnologie digitali».

A cosa è dovuta questa trasformazione? Alla riduzione dei costi?

«I driver del cambiamento sono due. La ricerca tecnologica, promossa anche dalle agenzie specializzate nella gestione delle trasferte come CWT, sta rendendo possibili operazioni fino a poco tempo fa impensabili. D'altro canto i viaggiatori, sul modello di ambiti consumer, desiderano esperienze semplici, veloci, sempre accessibili e da tutti i dispositivi: è la cosiddetta *consumerization*».

In che modo cambierà l'approccio alla trasferta?

«Questi due fattori ridisegneranno completamente la gestione dei viaggi d'affari. Il percorso è già chiaro: entro uno/due anni negli Usa e tre/quattro in Europa il viaggiatore d'affari gestirà tutte le fasi del viaggio in completa autonomia grazie a strumenti digitali mobili».

Questa trasformazione interesserà anche l'Italia? Quali novità tecnologiche avranno il maggior impatto?

«Come in altri settori merceologici, in Italia c'è stata una fase di iniziale prudenza nell'adozione di novità tecnologiche. Negli ultimi due anni abbiamo, però, osservato una forte crescita nell'utilizzo di strumenti online per la prenotazione dei viaggi, e la tendenza 2017 è di una ulteriore accelerazione. Ma il passaggio più

Nella foto sotto, Antonio Calegari, vicepresidente e Country director di Carlson Wagonlit Travel per Italia, Spagna e Grecia



importante sarà la gestione delle trasferte direttamente dal proprio smartphone».

In che modo le app potranno semplificare l'organizzazione dei viaggi? Non c'è il rischio di un eccessivo aggravio dei compiti dei viaggiatori?

«L'esperienza degli utenti sarà semplice e intuitiva, in quanto il nostro compito è proprio organizzare e semplifica-

re la complessità. Già oggi, per esempio, la nostra app "CWT To Go" consente di prenotare in autonomia una camera d'hotel, scegliendo tra oltre 470.000 strutture nel mondo; e negli Usa è anche possibile acquistare rapidamente il proprio volo, in Italia lo sarà nel 2018».

Quali sono le innovazioni più importanti previste in questo ambito?

«Le funzionalità delle app saranno continuamente arricchite di servizi utili ai viaggiatori. Sarà così possibile, per esempio, ricevere sul proprio cellulare la chiave digitale della stanza d'hotel, ottenere in automatico soluzioni alternative in caso di ritardi o cancellazione dei voli, prenotare in automatico il taxi per l'aeroporto in tempo utile per il proprio volo».

Le aziende sono disposte ad affidare più responsabilità ai viaggiatori?

«Sì, perché gli strumenti di prenotazione online e le app sono impostate tenendo conto delle esigenze aziendali, per cui tariffe e strutture sono visualizzate solo se consentite dalla *travel policy* aziendale, con una completa integrazione dei flussi dati per il monitoraggio, l'analisi e la gestione contabile».

Se le trasferte saranno sempre più self-made come vedete il vostro ruolo nel futuro?

«È proprio sulla base dell'evoluzione del modo di viaggiare che CWT ha lanciato a livello globale una nuova strategia aziendale, CWT 3.0, per riorganizzare la propria struttura e offrire una gamma ancora più ampia di strumenti digitali».

Che cosa significa questo in concreto?

«Il futuro delle agenzie specializzate nei viaggi d'affari sarà digitale. Ma continuerà a essere importante il servizio dei consu-

lenti di viaggio, ad esempio per le tratte più complesse e in caso di modifiche o emergenze. Si amplierà poi la necessità di consulenza per la scelta delle tecnologie più adatte e la loro integrazione nei sistemi aziendali, oltre agli ambiti più "tradizionali", come le negoziazioni con i fornitori o l'ottimizzazione della spesa. Un perfetto mix di tecnologie avanzate e fattore umano».

IR TOP CONSULTING
Così le Pmi di eccellenza approdano alla Borsa



L'ad Anna Lambiase

La quotazione in Borsa rappresenta uno strumento che le aziende intenzionate a crescere a livello nazionale o internazionale, grazie all'innovazione, non possono non valutare. «Il concetto di innovazione - sottolinea Anna Lambiase, ad di IR Top Consulting, società italiana specializzata nell'accompagnare le aziende verso i listini borsistici - è già alla base stessa dei mercati azionari, in quanto strumenti di finanziamento alternativo rispetto ai servizi tradizionali offerti dalle banche».

L'innovazione in ambito borsistico si riscontra soprattutto in alcuni listini più giovani, concepiti per il supporto alle imprese di dimensioni piccole e medie che nascono e vogliono svilupparsi in mercati nati di recente, oppure rappresentano eccellenze storiche che intendono scommettere sull'export o sul mondo digitale. Tra questi listini di Borsa spicca Aim, nato a metà degli anni Novanta a Londra e attivo anche in Italia dal 2009. «L'accesso a questo mercato - spiega Lambiase - è soggetto a requisiti meno stringenti rispetto a quelli più tradizionali, ma richiede un piano strategico e industriale molto chiaro. L'identikit delle aziende quotate all'Aim evidenzia ricavi medi di 38 milioni e un Ebitda del 13%». Molte società che lo hanno scelto appartengono a settori con una storia più «tradizionale» rispetto alle *start-up Internet*.

Due esempi di aziende che IR Top ha aiutato a quotarsi sull'Aim sono Elettronica e Piteco. La prima, fondata nel 2005, è una multinazionale «tascabile» che realizza centrali fotovoltaiche, progetta e produce sistemi di illuminazione a Led, e rivende energia elettrica. Piteco è una *software house* leader in Italia nelle soluzioni per la gestione della tesoreria aziendale e pianificazione finanziaria per grandi e medie imprese nei settori industria e servizi. Altro cliente di IR Top è G.S.A., importante fornitore, tra gli altri, di servizi di vigilanza e prevenzione antincendio e soccorso su strade, autostrade, gallerie, aeroporti, industrie e ospedali. L'azienda non è quotata all'Aim, ma è certificata Elite, una piattaforma di Borsa Italiana che dà accesso a opportunità finanziarie alternative.

RCe

CONFINDUSTRIA

Obiettivo è creare reti di imprese 4.0

Occorrono nuove modalità di collaborazione a livello di aziende e filiere

Riccardo Cervelli

La rivoluzione digitale che sta impegnando le aziende di tutto il mondo, in Italia richiede reti. Non parliamo in questo caso di quelle telematiche - sicuramente necessarie - ma di quelle costruite dalle imprese attraverso specifici contratti che contengono accordi di tipo strategico e operativo. Le reti d'impresa emergono oggi come possibili forme di partnership, utili per aumentare le masse critiche e permettere l'accesso alle risorse necessarie per perseguire i progetti di innovazione, tra i quali quelli riassunti nel concetto di «Industry 4.0», la quarta rivoluzione in-

Industria 4.0, è uno degli ambiti in cui ritengo che la collaborazione in rete possa avere i suoi effetti migliori soprattutto per il nostro sistema produttivo. Il panorama imprenditoriale italiano è infatti costituito da piccole e micro imprese, e c'è il rischio di andare incontro a una digitalizzazione poco coordinata e non efficiente, mentre con la rete si potrebbe digitalizzare in un'ottica «di sistema» l'intera filiera. Anche io con la mia azienda sto lavorando per sviluppare progetti su questo tema, attraverso la costituzione di una rete di imprese».

Al 3 gennaio 2017 le reti di impresa in Italia sono 3.230 e coinvolgono

16.893 realtà, localizzate in tutte le Province e appartenenti a tutti i settori produttivi. Uno studio di Centro Studi Confindustria, RetImpresa e Istat evidenzia che le imprese si mettono in rete soprattutto per fare innovazione e internazionalizzazione.

Infatti, sottolineano gli autori della ricerca, l'incidenza di imprese innovatrici sul totale del campione è nettamente superiore per i partecipanti alle reti (72,1%) rispetto al gruppo di controllo (60,1%), anche considerando separatamente le innovazioni di prodotto, di processo, di natura organizzativa e di marketing.

Appurato - anche attraverso i risultati di questa indagine - che esiste un significativo e crescente numero di aziende che riconosce nelle opportunità offerte dall'innovazione digitale - e quindi in modo più o meno esplicito nell'implementazione dell'«Industry 4.0» - un motore per il rilancio dell'economia italiana, RetImpresa pone il problema circa modello di «Industry 4.0» sia più adatto per il nostro Paese.

Secondo l'agenzia di Confindustria, il sistema produttivo italiano, diverso per dimensioni e struttura da quello della Germania (dov'è nato il modello «Industry 4.0»), dovrebbe puntare non solo sulla digitalizzazione delle singole aziende, ma su quella delle reti e delle filiere, per sviluppare vere e proprie «reti di impresa 4.0».

RETIMPRESA

Il presidente Montante:

«Digitalizzare le piccole e micro realtà in un'ottica di sistema»

dustriale dopo quelle innescate dal vapore, dall'elettricità e dal petrolio, e dall'automazione.

«Le reti - afferma Antonello Montante, presidente di RetImpresa, l'agenzia di Confindustria che promuove e coordina lo sviluppo di questo tipo di accordi tra aziende - rappresentano un'importante opportunità che le nostre imprese non possono perdere. In particolare, la digitalizzazione delle imprese,



Il presidente Antonello Montante