

# Itali@Oggi.it

IL PRIMO SETTIMANALE DELL'ECONOMIA INTERNET

www.italiaoggi.it

ItaliaOggi7+Itali@Oggi.it: L. 3.000 (1,55 euro) - Spedizione in a.p. 45%, art. 2, comma 20/b, legge 662/96 - Filiale di Milano - Lunedì 3 Luglio 2000

## Questa settimana

### Aziende pag. 11

- Yahoo! Italia attacca e assume
- Direct.it spreme il suo nuovo Brain
- Le banche italiane vanno all'assalto del B to B
- Così convinsi Soru a comprarci

### Carriere 47

- Come scegliere i manager per l'e-commerce

### Le cifre 10

- Quanto pesa la domotica

### Professioni 22

- L'anello mancante nell'e-business

### Computer&tlc 31

- Guida pratica: i notebook da comprare al volo
- Come gestire il knowledge management

### Rubriche 2

- Finanza
- Lettere
- E-mail
- Protagonisti
- Directory
- Gli accordi

## I forzati di Internet

# La new economy non chiude mai

Vacanze brevi, con palmari, notebook e cellulari al seguito

Mauro Forconi di Payland.com fotografato da Alberto Zinni da pag. 8

Supplemento al numero odierno di ItaliaOggi7

Offro Lavoro

394

POSTI SPECIALIZZATI

da pag. 51

All'interno  
ItaliaOggi7



Finanziaria 2000: quanto si risparmia sugli immobili

BusinessTech

Settimanale a cura di McGraw-Hill con la collaborazione di Itali@Oggi.it

da pag. 37



In pole position si trovano i settori del marmo, della plastica e dei metalli

# Materi@ prima on-line

Al via i portali verticali per le transazioni in rete

Pagine a cura  
di ROBERTO FABEN

Se Michelangelo Buonarroti fosse vissuto nell'era dell'informatica, si sarebbe risparmiato molti faticosi viaggi tra le cave di marmo di Carrara per cercare il colore della pietra che più amava per le sue celeberrime sculture. Qualunque artista, architetto od operatore edile che stia cercando una varietà particolare di marmo verde o alabastro oppure di travertino, potrà cercarlo e acquistarlo on-line in qualsiasi parte del pianeta. Non solo. La nascita del primo portale verticale del marmo e della pietra consentirà alle imprese che operano nel settore dell'estrazione e della lavorazione di occupare uno spazio nel market place appena sorto a Verona, una delle città italiane, insieme a Carrara, fra le più importanti nel comparto. Le stesse operazioni potranno essere effettuate per altri due segmenti cruciali nell'economia europea e mondiale: quello dell'acciaio e delle materie prime metalliche (ferro, alluminio, nichel) e quello delle materie plastiche.

Anche questi due comparti sono ora inseriti in portali verticali che sono già stati lanciati nel web. La costruzione di borse telematiche delle materie prime (marketplace indipendenti) sta dunque diventando un fenomeno in piena fioritura nell'economia del nuovo millennio, tanto che nei prossimi anni, come mettono in luce gli operatori del settore, l'investimento in portali verticali tematici giocherà un ruolo strategico nella rete delle transazioni commerciali. Ecco dunque i caratteri più rilevanti dei tre por-

tali delle materie prime appena sorti.

## LA PLASTICA

Quello della plastica è un mercato da 200 miliardi di dollari l'anno, pari a circa 400 mila miliardi di lire. La nascita di un portale verticale per questo comparto produttivo ([www.allplastx.com](http://www.allplastx.com)) diventa dunque una risorsa che può dar luogo a un processo di amplificazione con vasti effetti. L'iniziativa è stata lanciata a Dublino dal viceprimo ministro irlandese **Mary Harney** alla presenza dei maggiori esponenti europei del settore. Il chairman dell'iniziativa è **Huw Ridley**, che da trent'anni è una

delle figure più note dell'industria plastica e automobilistica: è stato infatti senior executive della Ge plastics, di Allied signal plastics e di M. A. Hanna). Allplastx.com è la prima impresa inserita nel mercato attraverso l'assistenza del nuovo centro di Andersen consulting di Dublino per il lancio delle dot.com. Andersen consulting - Technology solution partner è un'organizzazione globale di consulenza in management e tecnologia valutata 8,3 miliardi di dollari (oltre 16 mila miliardi di lire). La società conta 65 mila dipendenti in 48 paesi. Il portale creato dalla Andersen è il primo mercato neutrale e virtuale dedicato all'industria plastica europea e

fornisce agli utenti una piattaforma indipendente per poter sfruttare le possibilità di business che nascono dall'incontro telematico di domanda e offerta. Dietro al portale c'è il lavoro specializzato di due entrepreneurs che lavorano tra Dublino, Dundalk e l'Inghilterra: **Peter Agnew** e **John McConnel**. Al progetto Allplastx.com ha partecipato anche Rapra technology ltd, leader indipendente nella consulenza della plastica e della gomma e fornitore di servizi di consulenza, tecnologia e informazione per l'industria dei polimeri e per quelle che utilizzano la plastica nelle varie fasi del ciclo di produzione.

## I METALLI

Il primo marketplace europeo dei metalli ([www.steelsscreen.com](http://www.steelsscreen.com)) è appena nato in Svezia, a Stoccolma, per opera di Steelsscreen, una società che ha sede nella capitale scandinava e che è stata fondata nel giugno 1999 da esperti internazionali nel settore della siderurgia e delle comunicazioni. È sorto così il binomio acciaio-Internet che ha dato origine a un marketplace internazionale indipendente, ossia slegato da qualsiasi produttore o acquirente: un aspetto, questo, in grado di garantire un certo grado di imparzialità e neutralità. Di fatto il marketplace creato da Steelsscreen è una vasta comunità virtuale dove gli operatori del mercato dei metalli possono, attraverso Internet, scambiarsi informazioni, negoziare prodotti e servizi, creare i presupposti per la realizzazione di transazioni commerciali. At-



Il World trade center di New

traverso il portale, produttori e acquirenti possono indicare quali prodotti intendono vendere o acquistare. Steelsscreen trasferisce domande e offerte ai partner commerciali potenzialmente interessati attraverso una rete di corsie telematiche preferenziali. I soci fondatori sono giovani altamente qualificati con esperienze manageriali e di top management. Il più giovane, **Anders Candell**, master in metallurgia dopo gli studi al Royal in-



La sede dello Stock exchange di Auckland (Nuova Zelanda)

## Parte da Verona l'idea del marketplace

**Ida Ossi** è una networking manager veronese che ha lavorato per molti anni all'estero con varie aziende nel settore dell'import-export, del marketing e della comunicazione aziendale. Parla correntemente quattro lingue (francese, inglese, spagnolo e tedesco), ma adesso lo fa solo per telefono. È infatti tornata con il suo background professionale alla propria terra originaria e non c'era figura più adatta per costruire un ponte tra le sue conoscenze acquisite sui campi di battaglia della old economy e le prospettive della nuova economia.

È stata sua l'idea di realizzare, in un territorio che tradizionalmente occupa un ruolo di primo piano nel settore dell'estrazione e della lavorazione del marmo e della pie-

tra (Verona è ai piedi del complesso prealpino della Lessinia), un portale verticale ([www.marbleandmore.com](http://www.marbleandmore.com)) che raccoglie tutte le informazioni più importanti sul settore marmoreo e lapideo, al servizio di operatori del settore, architetti, arredatori, artisti e di tutti coloro, singoli consumatori compresi, che fossero alla ricerca di qualsiasi tipo di pietra estratta e lavorata nel pianeta. Ida Ossi dirige un team di giovani esperti di nuove tecnologie informatiche e di navigazioni cibernetiche, riunito in una srl denominata Polibusiness, che ha sede nel centro storico della città scaligera e che si occupa della costruzione di portali verticali. I suoi collaboratori sono tutti giovani al di sotto dei trent'anni: il socio principale, Giovan-

ni Bertani, ha 27 anni. Giovani laureati nelle più diverse discipline ma con un denominatore comune: l'esperienza nel settore della comunicazione, del marketing e dell'informazione telematica. In altre parole: nuovi ed emergenti professionisti della net economy.

«L'incontro è stato naturale», osserva Ida Ossi. «Io vengo da un'esperienza che si è consolidata nelle aziende della old economy. L'incontro con i miei giovani collaboratori è un ottimo transito verso le richieste del mercato che provengono dalla nuova economia». Il settore del marmo e della pietra è stato l'altro grande punto di incontro: «Essendo questo un comparto altamente significativo nel territorio veronese, la strada si è



## Intervista a Gaetano Ronchi, responsabile di Steelscreen Southern Europe In Europa spazio per pochi vortal

Gaetano Ronchi, milanese, 57 anni, managing director della Steelscreen Southern Europe, è un grande appassionato di alpinismo. Dopo la laurea in elettronica al Politecnico, entrò come giovane tecnico alla Breda-Ansaldo termomeccanica, iniziando così la sua scalata nell'industria dell'acciaio. Mentre, nel tempo libero, si ritraeva con l'aria delle vette montane, il suo percorso aziendale lo portava a ricoprire posizioni manageriali in numerose organizzazioni del comparto. Tra una ferrata e l'altra, proseguiva la sua arrampicata nell'economia dei metalli, sia all'estero sia in Italia (Industrie Belleli, Sandvick steel, Avesta Sheffield), diventando così direttore commerciale dell'intero settore internazionale della Terni acciai speciali e quindi amministratore delegato. Ora, da appena due mesi, è al vertice della Steelscreen Southern Europe e questo passaggio è avvenuto in un momento della congiuntura in cui per conquistare la cima di una montagna servono due arrampicate: una reale e l'altra virtuale. Per questo il manager sta giocando la partita della new economy.

**Domanda.** Quali sono le potenzialità economiche di un portale Internet per l'acciaio?

per mille di metà del business dell'acciaio in funzione della new economy, avremmo già raggiunto

un ottimo risultato. Ma non si tratta unicamente di un discorso di e-commerce tout court, quanto piuttosto di una più complessa operazione di e-business. Fare affari con Internet significa utilizzare mezzi e strumenti molto potenti che permettono di mettere in contatto qualsiasi acquirente con qualsiasi venditore, creando i presupposti per transazioni ad altissimo costo.

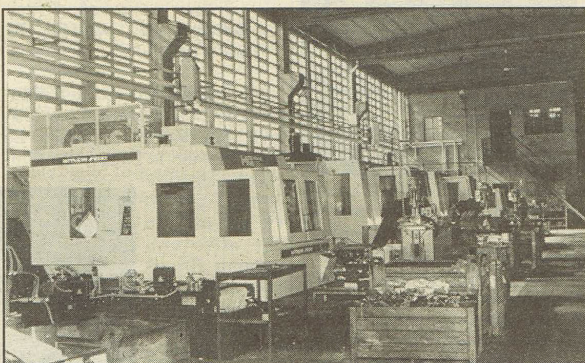
**D.** E le prospettive di sviluppo del mercato italiano?

**R.** Mediamente l'Italia ricopre il 25-30% del mercato europeo, preceduta dalla Germania. Per quel che riguarda il consumo di prodotti metallici l'Italia occupa un ruolo molto importante in Europa: è ai primi posti per produzione e consumo di elettrodomestici. Bisogna tuttavia ragionare non in termini nazionali ma in termini di blocchi regionali, cioè in una prospettiva europea.

**D.** Quanto conta investire in Internet?

**R.** Credo che la risposta provenga dagli stessi inve-

*continua a pag. 20*



**Risposta.** Se noi partiamo dalla dimensione economica reale del settore dei metalli, la consistenza del mercato dei prodotti di prima e seconda trasformazione in Europa è di 70 miliardi di euro. L'80% di questa cifra è riferito al settore dell'acciaio, compreso l'inossidabile, e il 20% all'alluminio. Per farci un'idea dell'impatto di Internet dobbiamo riferirci a questa macro-cifra. Se soltanto potessimo razionalizzare l'uno



**Gaetano Ronchi**



**dominano pietra e marmo**

stitute of technology, ha 30 anni. Il più anziano, Fredrik Ohrn, formazione all'università del Massachusetts, ne ha 38.

Il marketplace di Steelscreen non offre soltanto la possibilità di effettuare transazioni via Internet, ma anche altri servizi complementari: dai finanziamenti bancari alla logistica, dalle assicurazioni sul credito alla analisi di mercato, dalle informazioni tecniche all'acquisto a termine di materie prime. L'azienda svedese ha suddiviso il

suo mercato fra le quattro principali regioni europee: Scandinavia, Inghilterra, altri paesi del Nord Europa, paesi del Sud Europa (Italia, Francia, Spagna, Turchia e paesi del Mediterraneo). La società costituita per presidiare l'area del Sud Europa e promuovere il business del metallo in questi paesi è la Steelscreen Southern Europe e il suo managing director è **Gaetano Ronchi**. Mentre il valore dell'intermediazione degli operatori tradizionali (potremmo chiamarli gli operatori della old economy: grossisti, stokisti, distributori) si aggira sui 2,4 miliardi di euro (circa 4.800 miliardi di lire), il valore potenziale di intermediazione consentito dal marketplace indipendente viene stimato da Steelscreen in un miliardo di euro.

## della pietra e del marmo

delineata naturalmente». E così da Verona è partito il portale più importante nel mondo di questo comparto produttivo.

«Quando stavamo valutando l'opportunità di realizzare questo progetto», spiega Ossi, «ci siamo accorti che, nonostante esistessero esempi di siti tematici sulle materie prime lapidee, nessuno era completo. Inoltre l'Italia era un paese poverissimo da questo punto di vista. La consistenza della presenza in Internet del comparto era imparagonabile alla sua consistenza reale. L'Italia è ai primi posti del mondo per l'estrazione e la lavorazione del marmo». La Polibusiness è quindi passata dalle idee ai fatti. Una squadra di esperti di web marketing e di analisti di Internet ha effettuato una laboriosa ricerca sul web, estra-

polando tutto ciò che poteva essere inserito nel portale: operatori del business internazionale, estrattori, produttori di macchinari per l'estrazione e la lavorazione dei blocchi, studi di architettura, organizzatori di manifestazione fieristiche del settore presenti in tutto il mondo. «Tutto il materiale raccolto è stato catalogato in base a keyword (parole chiave) e inserito nel catalogo del portale. Ora qualunque navigatore, in qualsiasi zona del pianeta egli si trovi, può cercare la materia prima o il macchinario che fa al caso suo, senza che la ricerca abbia alcun costo».

Il costo di una pagina, chiarisce la networking manager di Polibusiness, è di 300 mila lire. Dunque, più un'azienda intende aumentare la sua visi-

### MARMO E PIETRA

Il portale del marmo e della pietra nato dal progetto Marble and more (www.marbleandmore.com) rappresenta attualmente il più importante marketplace mondiale del settore.

Sul portale possono trovare un

punto di incontro non solo le imprese che si occupano di estrazione e lavorazione del marmo e della pietra ma anche progettisti, studi di architetti, arredatori, artisti che siano alla ricerca di un certo quantitativo di marmo e pietra calcarea, serpentino, travertino, breccia... Pietre per tutti i gusti, insomma. Basta un clic

sul materiale ricercato o sul paese di provenienza. Sul marketplace di Marble and more la vetrina virtuale espone inoltre le offerte sul mercato dei macchinari, nuovi e usati e ciò dà la possibilità alla piccola impresa del settore che intendesse iniziare con bassi costi strutturali, di orientarsi nel mercato dell'usato. Nel sito di Marble and more possono affidarsi le imprese del settore. In questo senso l'Internazionale marmi e macchine Carrara spa, la più importante società di promozione e servizi nel settore lapideo, è già presente. Il portale ospita poi il calendario delle principali manifestazioni fieristiche nel mondo per il comparto della pietra: così, se qualcuno intendesse programmare la sua partecipazione a eventi fieristici sparsi nel globo (da Quanzhou, Cina a Jamesville, Stati Uniti, da Melbourne, Australia a Novosibirsk, Siberia), ora lo può fare seduto comodamente nel suo salotto.



**Ida Ossi, creatrice del portale del marmo**

bilità sul web, più i costi aumentano. Si tratta perciò di un'operazione di marketing comparato: se si decide di aumentare gli investimenti su Internet, è evidente che ne deriva un guadagno in termini di pubblicità e quindi di opportunità.