

NETPARTNERING.COM TROVA

alleati

IDEALI PER I PROPRI CLIENTI

DI ROBERTO FABEN

www.netpartnering.com

L'elemento strategico dell'e-business è la capacità di realizzare partnership. Quelli di Netpartnering.com (www.netpartnering.com) fanno di questo principio il motore principale della loro attività nel mondo della new economy. Sono tre giovani imprenditori italiani (amici di vecchia data uniti dall'imprinting gliardico: sono infatti passati insieme dalle aule austere della Bocconi di Milano) e uno francese ad aver messo in piedi Netpartnering.com limited, società con sede a Londra (partecipata al 25% dalla Banca popolare commercio e industria e per la restante quota dal management della società), il



cui braccio operativo è Netpartnering.com Italia (a Milano). Un team di quattro soci che costituiscono le due anime della mission della società.

Massimo Facchinetti, 36 anni, milanese (esperienza come senior manager di Ernst and Young Italia) e Giandomenico Miceli, 34 anni (esperienza come



Massimo Facchinetti, amministratore delegato di Netpartnering.com Italia

manager di McKinsey), rappresentano l'anima dell'area della consulenza strategica di Netpartnering.com. Raffaele Apostoliti, 34 anni, (esperienza come e-commerce manager di Hewlett Packard in Europa) e Francis Mahut, 33 anni, francese (anche lui con esperienza alla Hewlett Packard), sono invece specializzati nella parte organizzativa, forti della loro esperienza nella progettazione e cura della campagna di vendita on-line di Hewlett Packard, costruita attraverso programmi di affiliazione e di partnership con i maggiori portali europei. L'esperienza maturata da Apostoliti e Mahut nel settore dell'organizzazione e della gestione delle partnership, combinata con le competenze nell'area della consulenza strategica di Facchinetti e Miceli, sono confluite nella creazione di Netpartnering.com. E i risultati di questa nuova avventura finanziaria della giovane imprenditoria elettronica balzano subito agli occhi.

Nata nei primi mesi del 2000, la società ha fatturato di circa 6 miliardi di lire per il primo anno di attività, ma per il 2001 Netpartnering.com prevede di portare il fatturato a circa 40 miliardi di lire. Sono state in breve tempo aperte altre sedi, oltre a quella di Londra e di Milano, in altre città europee: Parigi, Stoccarda e Amburgo. I dipendenti, attualmente sono 24 fra tutte le sedi europee, ma il piano di sviluppo previsto per il 2001 conta di estendere l'organico a circa 60 dipendenti. Il motore su cui si fonda il business di Netpartnering.com è la gestione delle partnership su Internet. «Solo le aziende che sanno strutturarsi su una folta rete di partner possono avere successo nel mondo di Internet», dice a Itali@Oggi.it Massimo Facchinetti, l'amministratore delegato di Netpartnering.com Italia. «È infatti fondamentale avere la capacità di creare e gestire un network di partner e spesso l'azienda, da sola, non riesce a farlo, mettendo in questo modo a repentaglio la sua possibilità di mantenere o ampliare il suo business».

«I nostri servizi si possono dividere in due settori», illustra Facchinetti. «C'è una prima area che consiste nell'elaborazione di strategie di partnership, attraverso un processo di analisi che mira a fornire al cliente soluzioni di partner ideali, arricchite da notizie sulla loro identità e professionalità e da aspetti di valutazione sul loro potenziale appreso in termini di commercio e comunità. In secondo luogo c'è l'area di lavoro sul mercato, seguendo tutta la transazione con i singoli partner, dalla proposta del deal alla firma del contratto (in questa fase Netpartnering condivide gli obiettivi dei suoi clienti che generalmente riconoscono alla società, accanto alla remunerazione tradizionale, un success fee basato sui risultati degli accordi). Normalmente i clienti, attraverso l'avvio di partnership, possono trovare un soddisfacimento dei loro obiettivi strategici sotto forma di nuovo traffico commerciale e nuovi clienti acquisiti, anche attraverso quella che si chiama la content syndication, ossia le strategie per conferire valore ai contenuti dei siti o dei portali», continua Facchinetti. «Ma si può distinguere anche un terzo campo di attività, ossia quello della distribuzione di beni e servizi: se un'azienda ha un buon brand, può decidere di estendere il suo business stringendo partnership con altre ditte che possono così accedere ai suoi clienti. Netpartnering.com si situa in questo ambito di attività. Un ambito cruciale, dal momento che la ricerca dei partner è molto time-consuming per le aziende», conclude (e l'esperienza della società si basa su un attivo di 150 partnership realizzate e una base dati di centinaia di aziende che operano nell'e-business in tutta Europa).

I costi richiesti per l'elaborazione di piani di partnership sono molto variabili a seconda della portata del progetto e possono dunque andare da poche decine a centinaia di milioni. I principali clienti di Netpartnering.com sono Hdpnet, Tin.it, On-banca, Consultequem.com, Hewlett-Packard e Jpmorgan.

I consigli per operare in borsa

DI MARIA ROSA ALAGGIO

www.lanalistarisponde.com

Fornisce consulenza finanziaria, informazioni, analisi e orientamento sui singoli titoli. Stiamo parlando di www.lanalistarisponde.com, il sito curato da Eurco consulting che ad aziende e privati offre il supporto necessario, articolato su tre distinti livelli, per operare con successo in borsa. Il primo livello, denominato Punto Eurco, è rappresentato da una newsletter settimanale, gratuita, inviata via e-mail a chi si iscrive a una specifica mailing list. Attraverso la newsletter gli investitori possono ricevere informazioni organizzate, tese a creare una cultura finanziaria completa. Il secondo livello è un servizio di consulenza personalizzato, disponibile a pagamento. Con un costo di 30 mila lire per interrogazione, infatti, il cliente di Eurco non solo riceve informazioni borsistiche dettagliate, ma anche consigli specifici adeguati al suo profilo di investitore, e capaci, attraverso un supporto a elevato valore aggiunto, di risolvere i dubbi che via via si presentano sui titoli da vendere o da acquistare. Il terzo livello di servizio offerto da Eurco, infine, si chiama 2 Much, ed è il modello più avanzato tramite cui l'investitore può costruire una serie di portafogli a basso rischio. Grazie a 2 Much, Eurco è in grado di mettere a disposizione dei propri clienti un monitoraggio costante sulle 80 società che rappresentano il 90% della capitalizzazione complessiva della borsa.

Giudicare la solidità della società quotata e del suo titolo, basandosi, senza alcun condizionamento, sul suo reale valore. È questo l'obiettivo primario di Eurco consulting, che al suo cliente offre un'analisi completa delle società, in cui rientrano indicatori fondamentali, come la redditività, la solidità patrimoniale, le capacità di management e la percezione che il mercato ha non solo della singola realtà aziendale ma

anche del settore i cui questa opera. Tale analisi, che viene resa nota attraverso la stesura di schede da parte di un comitato di valutazione, presenta per l'investitore diversi vantaggi. Da una parte, infatti, si tratta di un'analisi valida per un arco di tempo di circa sei mesi, dall'altra permette di individuare i titoli sani, in grado di battere le performance del mercato: in grado, cioè, di salire in misura più che proporzionale quando il mercato è in ascesa e allo stesso tempo di subire cali di minore entità quando il mercato subisce flessioni negative.

La valutazione macroeconomica che il cliente di Eurco può ottenere attraverso il sito www.lanalistarisponde.com mette a disposizione una visione globale della società quotata, comprensiva anche dell'analisi del settore, sottosectore e di tutte le variabili che possono interagire con l'andamento del mercato. L'obiettivo del sito, inoltre, è anche quello di cogliere non solo i dati che fanno la redditività di un'impresa quotata, ma anche quello di sottolinearne le potenzialità segnalando agli investitori. Con questo scopo l'analisi si focalizza sulla capacità produttiva dell'impresa in termini di utile nel tempo, la versatilità dimostrata nei momenti di trasformazione, oltre che la sua abilità a sfruttare opportunità derivan-

L'analista risponde

gli esperti di

EURCO...

ti da sinergie, oppure da operazioni di fusione o aggregazione. Questa analisi, che non è in antitesi con quella tecnica, fatta di grafici sull'andamento dello specifico titolo, fornisce così un valore aggiunto che per l'investitore si traduce in un importante supporto: con le schede e i report dettagliati che gli vengono forniti, attraverso il sito di Eurco, può infatti disporre di una motivazione ragionata per la quale dovrebbe comprare, tenere o vendere un titolo.