

La stanza dei bottoni

21

PROTAGONISTI & INTERPRETI

L'Economia

Donne di potere: Cristina Finocchi Mahne sale in Wcd

La fondazione Italia Cina in onda su Sky

Cao online dopo le ultime commesse Saipem

Ferro, Pregliasco e Tronchetti: confronto sulla Cina

a cura
di **Carlo Cinelli**
e **Federico De Rosa**



Angelo Tantazzi
Il presidente
di Prometeia,
i consulenti
premiati
da FocusEconomics

Giro di poltrone per il chapter italiano di Wcd, la Women Corporate Directors Foundation, la più grande comunità al mondo di donne «di vertice». La co-chair **Cristina Finocchi Mahne** è stata cooptata dal 1 luglio nel Visionary Awards Selection Committee, il comitato ristretto che ogni anno seleziona e premia i leader aziendali di tutto il mondo per l'impegno nella promozione della diversità e l'inclusione di genere e per le pratiche di gestione in chiave di sostenibilità. Oltre all'Italia, Finocchi rappresenterà l'area Emea (Europe, Medio Oriente e Africa). Con l'avanzamento nel comitato per il Visionary Award, Finocchi ha lasciato libera la poltrona di co-chair di Wcd Italia, che verrà presa da **Stefania Bariatti**, ordinaria di Diritto Internazionale alla Statale di Milano, ex presidente del Montepaschi e vice presidente di A2A, che affiancherà l'altra co-chair, **Marina Brogi**.

Consulenti importanti

Giro di nomine anche in McKinsey. Con al centro un italiano: **Massimo Giordano**. Il managing partner dell'ufficio del Mediterraneo del colosso mondiale della consulenza è stato eletto membro dello Shareholders Council globale, il consiglio di amministrazione mondiale di McKinsey. È l'unico italiano ad avere un posto nella stanza dei bottoni. Lo Shareholders Council è l'organo che definisce la direzione strategica e le policy della società. Il riconoscimento arriva dopo oltre 20 anni di carriera alla McKinsey. Giordano, basato a Milano, è a capo degli uffici del Mediterraneo con il compito di affiancare le grandi organizzazioni italiane e internazionali su tematiche strategiche ed è tra i fondatori di



Stefano Cao
Il ceo di Saipem è
online
sul Mozambico

Cina, che fare?

«Generation Italy», la fondazione no-profit indipendente creata da McKinsey per aiutare i giovani a sviluppare competenze qualificate e fornire alle imprese i profili professionali di cui hanno bisogno.

È il primo confronto a tutto campo tra Italia e Cina dopo l'emergenza Coronavirus. Un confronto multimediale tra istituzioni e imprenditori italiani e cinesi. Lo organizzano C l a s s Editori e China Media Group in collaborazione con Fondazione Italia Cina, venerdì 5 giugno dalle 9.10 (sul canale 507 di Sky, in streaming su milanofinanza.it e sulla piattaforma Zoom). L'obiettivo è trovare idee per rilanciare il business tra Beijing e Milano. Ne parleranno **Mario Boselli**, presidente Fondazione Italia Cina, **Giuliano D'Acunti**, country head of Italy di Invesco, **Luca Ferrari**, Ambasciatore della Repubblica italiana in Cina, **Carlo Maria Ferro**, presidente dell'Ice, **John Gong**, profes-

LE PREVISIONI DI TANTAZZI GIORDANO SCALA MCKINSEY

Cristina Finocchi Mahne
Economista e
accademica, sale in Wcd



sore della University of International Business and Economics, **Massimo Guiati**, ceo di Azimut Holding, **Ren Jun**, presidente Caissa, **Marco Loporati**, managing director della Savino del Bene, **Giovanni Lovisetti**, senior managing associate & international business advisory di Dezan Shira & Associates **Fabrizio Pregliasco**, virologo dell'Università di Milano **Gianluca Toniolo**, global P&C travel retail managing director di LVMH Travel Retail, **Marco Tronchetti Provera**, vicepresidente esecutivo e amministratore delegato di Pirelli Helen Tu, executive director di Chic Group, **Hua-chen Zhu**, professore associato Public Health Laboratory Science della Hong Kong University.

Consulenti eccellenti

Il miglior «previsore»? Prometeia. La società di ricerche e consulenza guidata da **Angelo Tantazzi** è la «Best economic forecaster» per l'economia italiana di quest'anno secondo FocusEconomics, il gruppo nato nel 1999 oggi attivo su 130 nazioni. Prometeia è stata selezionata tra 52 forecaster globali e condivide il podio con Ubs e Citigroup.

Saipem in Mozambico

Gli accordi con Equinor, la maxicommissa in Nigeria e le intese con Total in Mozambico: Saipem in luce nel business e sul mercato merita attenzione. E dunque si può provare a collegarsi con il prossimo appuntamento degli open talks del gruppo. Giovedì **Stefano Cao** e **Francesco Caio**, amministratore delegato e presidente di Saipem, esploreranno macro-trend e nuove sfide della transizione energetica in un incontro virtuale dedicato a «Mozambico: tra transizione energetica e nuovi equilibri geopolitici».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

La app di AcomeA cerca partner nel mondo degli investimenti Gimme 5, con Caio per diventare grande

di **Giuditta Marvelli**

Francesco Caio, il manager italiano con uno dei curriculum tecnologici più lunghi e articolati, è il nuovo senior advisor di Gimme 5, la app nata nel 2013 nella scuderia di AcomeA sgr per proporre ad un pubblico dotato di smartphone un salvadanaio intelligente (serve ad investire, non solo ad accumulare) a portata di clic.

Un'idea, per ora non imitata in Italia, che ha portato 60 milioni di raccolta e 40 mila clienti e che adesso prova a fare il salto di qualità. A diventare quindi una piattaforma non solo apprezzata dal pubblico retail, ma anche adatta a banche e intermediari finanziari, «interessati ad arricchire velocemente e con tutti i crismi della sicurezza la loro offerta sul fronte dei servizi di risparmio», spiega Caio.

L'attuale presidente di Saipem — che

Consulente tech
Francesco Caio,
presidente Saipem



insegna gestione dell'innovazione tecnologica al PoliMi, oltre a sedere nell'Advisory Board dell'Università milanese ed ad aver elaborato strategie per i governi italiano ed inglese su innovazione e banda larga — è convinto che una delle eredità della pandemia possa essere un'inversione fattoriale sul fronte della proposta di servizi. E non solo in campo finanziario. «Fino a qualche mese fa avere una piattaforma efficiente per offrire il proprio business su scala digitale in molti campi era una delle opzioni, quasi mai la prima — spiega Caio —. Adesso è possibile che le cose si capovolgano: avere una piattaforma performante e sicura sarà prioritario». Vale per molte cose. Per l'online banking ancora di più, visto che la materia prima dell'offerta è la cura dei risparmi altrui.

Ed ecco perché la collaborazione

con Gimme 5, che già ha sperimentato alcune partnership con primari attori dell'industria finanziaria, sembra un'ottima sfida per non perdere l'appuntamento con un futuro digitale che il Covid-19 ha reso ancora più pressante. In banca e non solo. La doppia anima di Gimme 5 — che è facile da usare, ma anche solido e conforme alle normative se lo si guarda dal lato di possibili utilizzatori aziendali — ne fa, dice ancora Caio, «uno dei punti di riferimento per l'industria del risparmio gestito in Italia e in Europa».

Insomma, «i clienti privati sono alla ricerca di prodotti semplici, accessibili in ogni momento con esperienze d'uso innovativo — dice dalla sua Giordano Martinelli, vice presidente di AcomeA sgr —. Mentre gli intermediari hanno accelerato il proprio processo di innovazione per garantire la fruizione digitale di servizi a valore aggiunto». Tutto

comincerà con la ricerca delle opportunità di valorizzazione sul mercato nazionale ed europeo, in particolare nel segmento B2b2c, ovvero lo sviluppo del business attraverso l'integrazione della app nell'offerta digitale di altri intermediari.

A oggi Gimme 5 consente di investire a partire da 5 euro in una gamma di fondi della casa (AcomeA sgr) a prezzo inferiore (l'acquisto da piattaforma esclude la remunerazione del servizio di consulenza) senza dover stabilire un sistema di rate ricorrenti. Nelle ultime settimane ha aggiunto alla lista delle scelte anche i Pir, i piani di investimento individuale focalizzati su Piazza Affari, esentasse per chi resta fermo almeno cinque anni. Dal 2013 ad oggi la app è stata protagonista di una crescita aggregata di raccolta costante del 40% anno su anno e la profilazione della clientela rivela un età piuttosto bassa rispetto a quella dell'utilizzatore medio dei fondi. I Gimme 5 people hanno infatti in media 36 anni, ben il 77% ne ha comunque meno di 45. Il 23% sono donne. La si usa soprattutto in Lombardia ed Emilia, seguite da Lazio, Veneto e Piemonte.

© RIPRODUZIONE RISERVATA