

ECONOMIA

LO STUDIOSO E IMPRENDITORE MODENESE

Carboni: «Vi spiego quali devono essere le strategie web per i mercati esteri»

Il 38enne titolare della società "Weevo" rivela alle imprese i criteri della corretta comunicazione dell'export digitale

Stefano Turcato

Viene chiamato export digitale ma probabilmente risulta più comprensibile a tutti se si parla di strategie web per i mercati esteri. È uno dei massimi esperti in ambito nazionale di questo settore di marketing è un modenese di 38 anni: è Gabriele Carboni, originario di Castelvetro e residente a Vignola, che ieri sera ha illustrato agli imprenditori modenesi le sue teorie e l'attività della sua società "Weevo" in un incontro organizzato da Lapam.

Gabriele Carboni è stato definito dalla rivista specialistica "Digitalic" uno dei 5 maggiori marketing influencer italiani ed è l'unico italiano che ha completato il master MIT Digital Business Strategy sulla Digital Transformation. Nel 2016 ha pubblicato il libro "Strategie web per i mercati esteri", editore Hoepli. Carboni si sta impegnando per fare comprendere sia alle aziende già presenti all'estero, ma che vogliono espandersi, sia a quelle che si apprestano a farlo come sia necessario cambiare l'approccio delle imprese sui mercati stranieri.

«In primo luogo - dice Carboni - le aziende devono essere in grado di individuare il



Il libro di Gabriele Carboni

loro target, il Paese o i Paesi in cui intendono esportare il loro business, poi è necessario avvicinarsi alla cultura di quel Paese, eliminare la distanza culturale per essere quindi in grado di non sbagliare nei contatti. Grazie al risultato della contaminazione tra il mondo dell'internazionalizzazione tradizionale e quello digitale, si possono generare le migliori strategie per l'approccio e il consolidamento delle attività sui mercati esteri».

Avvicinarsi alla cultura ma in quale senso?

«Faccio un esempio per farmi meglio comprendere. Se io chiedo un caffè in un bar italiano diciamo che, più o meno, mi viene dovunque servito un prodotto analogo. Ma all'estero, anche se utilizzo la terminologia corretta,

per esempio coffee, ricevo un prodotto totalmente diverso e per avere la stessa cosa dovrò eventualmente chiedere un caffè espresso. Questo per spiegare quanto sia basilare l'approccio al nuovo mercato e quindi la definizione di una strategia specifica per quella singola area. Oltre a comprendere lo scenario culturale di quel Paese. Successivamente un aspetto determinante sarà la capacità di comunicare in maniera chiara quello che io chiamo il "marketing distinguo", vale a dire quali sono gli aspetti che contraddistinguono l'azienda e il prodotto rispetto alla concorrenza».

Saranno poi gli stessi clienti a individuare l'azienda, modenese o italiana che sia, e prendere contatto per avviare il business.

«È proprio così. Se l'azienda ha propri distributori sul posto, saranno inevitabilmente contattati da potenziali clienti. L'obiettivo è farsi trovare grazie alla comunicazione corretta».

Com'è organizzata la società Weevo?

«Abbiamo sedi a Vignola e a Castiglione delle Stiviere e copywriter dovunque che sono i nostri collaboratori fondamentali. In questi primi sette anni la società è cresciuta in modo costante».



Lo studioso e imprenditore Gabriele Carboni (Foto Erion Hajro)

OGGI A MODENA

Seminario formativo per i commercialisti

Le novità della normativa antiriciclaggio, gli adempimenti e gli obblighi a carico dei professionisti contabili, le modalità di segnalazione delle operazioni sospette e il sistema sanzionatorio e disciplinare saranno al centro della giornata di studi organizzata per oggi a Modena dall'Ordine dei commercialisti. Dalle 14,30, presso la sede dell'Ordine in via Emilia Est 25, è previsto un seminario specifico su questo tema, dall'impor-

tanza strategica per i professionisti visto l'impatto sempre più rilevante che la corposa normativa antiriciclaggio ha sull'attività degli studi. Alle prescrizioni di legge si sommano le nuove regole tecniche predisposte dal Consiglio nazionale dei commercialisti. La partecipazione all'evento formativo è riservata agli iscritti all'Ordine di Modena e dà diritto alla maturazione degli specifici crediti formativi previsti. —

ELEZIONI A MODENA

Meccanica di Confapi: Migliorini presidente



Bellotti e Migliorini

Ieri, presso la sede di Confapi Emilia a Modena, l'assemblea di Unionmeccanica Confapi Emilia, categoria che rappresenta le imprese del settore metalmeccanico di Modena, Bologna, Reggio Emilia e Parma, ha eletto all'unanimità il nuovo Consiglio direttivo della categoria, che comprende le aziende ABC Bilance di Campogalliano, Amadei Auro di Rovereto di Novi, Ares Design Modena, Centauro di Soliera, Centro Servizi Metalli di Reggio Emilia, CMV di Maranello, Ermatech di San Prospero, Gamma Insonorizzazioni di Cavriago.

Il Consiglio ha poi eletto all'unanimità il nuovo presidente di Unionmeccanica Confapi Emilia, il reggiano Roberto Migliorini (Centro Servizi Metalli), e vicepresidente della categoria Graziella Bellotti di ABC Bilance di Campogalliano.

«Avverto tutta la responsabilità che questo incarico porta con sé - ha esordito Migliorini - tuttavia insieme non avremo difficoltà a continuare a strutturare la nostra categoria, nella quale i nostri imprenditori potranno sempre più riconoscersi». —

BALLOTTA DI CISL SUI DATI DELL'EMILIA ROMAGNA

«Anche qui miglioriamo la qualità del lavoro i salari e la formazione»

«A Modena e in Emilia-Romagna si respira un clima di sostanziale fiducia, confermato anche dal risultato delle elezioni regionali. Tuttavia le problematiche legate al mondo del lavoro rappresentano un'innegabile priorità».

Sono parole del segretario generale della Cisl Emilia Centrale commentando l'indagine sulle fragilità sociali in Emilia-Romagna commis-



William Ballotta di Cisl

sionata dalla Cisl regionale.

«In questi anni l'Emilia-Romagna e Modena hanno reagito alla crisi meglio di altre regioni e province, tanto da meritare l'appellativo di 'locomotive d'Italia' - sottolinea Ballotta - Tuttavia, ci preoccupa la qualità del lavoro, soprattutto per donne e giovani, con tipologie di contratti, come part time e tempi determinati, che hanno abbassato il reddito disponibile. Le ore di lavoro sono diminuite e la cassa integrazione aumentata. Per questo la nostra prima priorità è aiutare i giovani a superare la mancanza di prospettive, i bassi salari e la precarietà lavorativa. La seconda priorità è alzare stipendi e salari attraverso la contrattazione decentrata (aziendale

e territoriale). La terza priorità è rafforzare il ruolo centrale della formazione professionale, indispensabile sia per i giovani in cerca di occupazione che per gli adulti. Un aiuto può venire dal nuovo Patto per lo sviluppo di Modena, firmato a fine novembre. Abbiamo condiviso molte scelte del patto precedente, che ha funzionato. Siamo pronti a offrire ancora il nostro contributo di idee e proposte».

Dalla nostra indagine emerge che l'eccessivo peso delle tasse (31,9% del campione), le spese impreviste (per il 24,1%) e le pensioni troppo basse (per il 12,2%) sono i tre problemi economici principali che i cittadini dell'Emilia-Romagna si sono trovati ad affrontare». —

UNIONCAMERE

Prorogata la scadenza per missione a Dubai

Prorogata al 20 febbraio la scadenza per aderire al progetto "Italian Fashion verso Dubai 2020", che punta ad accompagnare le aziende emiliano-romagnole del settore moda negli Emirati Arabi Uniti, nell'area del Golfo Arabo e mercati asiatici, attenti al made in Italy. L'iniziativa è promossa da Unioncamere regionale. —

MODENA IN BORSA	
PREZZO UFFICIALE	%VARIAZIONE
FERRARI	
153,25	+0,07%
BPER	
4,35	+0,39%
DOXEE	
3,60	-0,55%
ENERGICA MOTOR	
2,30	-1,71%
ESAUTOMOTION	
2,52	+0,80%
EXPERT SYSTEM	
2,74	-0,36%
FERVI	
11,10	INV.
MARR	
19,60	-1,31%
PANARIA GROUP	
1,31	-3,26%
PRISMI	
1,80	-0,55%
SITI B&T	
2,26	-3,42%