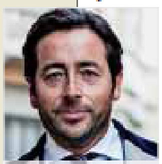
MILANO FINANZA

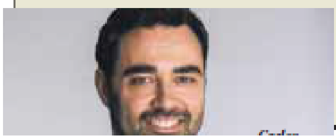
Il tour operator Caleido vola verso l'Aim

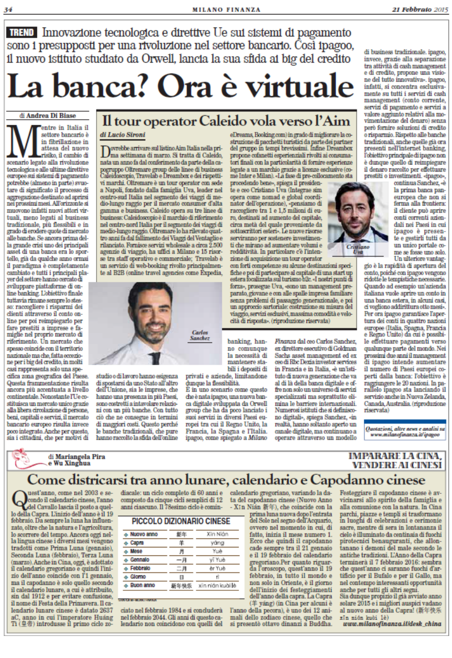
di Lucio Sironi

Dovrebbe arrivare sul listino Aim Italia nella prima settimana di marzo. Si tratta di Caleido, nata un anno fa dal conferimento da parte della capogruppo Oltremare group delle linee di business Caleidoscopio, Travelab e Dreambox e dei rispettivi marchi. Oltremare è un tour operator con sede a Napoli, fondato dalla famiglia Uva, leader nel centro-sud Italia nel segmento dei viaggi di medio-lungo raggio per il mercato consumer d'alta gamma e business. Caleido opera su tre linee di business: Caleidoscopio è il marchio di riferimento nel centro-nord Italia per il segmento dei viaggi di medio-lungo raggio. Oltremare lo ha rilevato quattro anni fa dal fallimento dei Viaggi del Ventaglio e rilanciato. Fornisce servizi wholesale a circa 2.500 agenzie di viaggio, ha uffici a Milano e 15 risorse tra staff operativo e commerciale; Travelab è un servizio di web-booking rivolto principalmente al B2B (online travel agencies come Expedia, eDreams, Booking.com) in grado di migliorare la costruzione di pacchetti turistici da parte dei partner del gruppo in tempi brevissimi. Infine Dreambox propone cofanetti esperienziali rivolti ai consumatori finali con la particolarità di fornire esperienze legate a un marchio grazie a licenze esclusive (come Inter e Milan). «La fase di pre-collocamento sta procedendo bene», spiega il presidente e ceo Cristiano Uva (Integrae sim opera come nomad e global coordinator dell'operazione), «pensiamo di raccogliere tra 1 e 1,5 milioni di euro, destinati ad aumento del capitale, circa metà del quale proveniente da sottoscrittori esteri». Le nuove risorse serviranno per sostenere investimenti che mirano ad aumentare volumi e redditività. In particolare c'è l'intenzione di acquisizione un tour operator con forti competenze su alcune destinazioni specifiche e poi di partecipare al capitale di una start up estera focalizzata sul turismo b2c. «I nostri punti di forza», prosegue Uva, «sono un management preparato, giovane e con alle spalle impresa familiare senza problemi di passaggio generazionale, e poi un approccio sartoriale: costruzione su misura del viaggio, servizi esclusivi, massima comodità e velocità di risposta». (riproduzione riservata)



Cristiano Uva





34 MILANO FINANZA *21 Febbraio* 2015

TREND Innovazione tecnologica e direttive Ue sui sistemi di pagamento sono i presupposti per una rivoluzione nel settore bancario. Così ipagoo, il nuovo istituto studiato da Orwell, lancia la sua sfida ai big del credito

La banca? Ora è virtuale

di **Andrea Di Biase**

Mentre in Italia il settore bancario è in fibrillazione in attesa del nuovo risiko, il cambio di scenario legato alla rivoluzione tecnologica e alle ultime direttive europee sui sistemi di pagamento potrebbe (almeno in parte) svuotare di significato il processo di aggregazione destinato ad aprirsi nei prossimi mesi. All'orizzonte si muovono infatti nuovi attori virtuali, meno legati al business tradizionale, più flessibili e in grado di erodere quote di mercato alle banche. Se ancora prima della grande crisi uno dei principali asset di una banca era lo sportello, già da qualche anno ormai il paradigma è completamente cambiato e tutti i principali player del settore hanno cercato di sviluppare piattaforme di online banking. L'obiettivo finale tuttavia rimane sempre lo stesso: raccogliere i risparmi dei clienti attraverso il conto online per poi reimpiegarlo per fare prestiti a imprese e famiglie nel proprio mercato di riferimento. Un mercato che spesso coincide con il territorio nazionale ma che, fatta eccezione per i big del credito, in molti casi rappresenta solo una specifica zona geografica del Paese. Questa frammentazione risulta ancora più accentuata a livello continentale. Nonostante l'Ue costituisca un mercato unico grazie alla libera circolazione di persone, beni, capitali e servizi, il mercato bancario europeo risulta invece poco integrato. Anche per questo, sia i cittadini, che per motivi di studio o di lavoro hanno esigenza di spostarsi da uno Stato all'altro dell'Unione, sia le imprese, che hanno una presenza in più Paesi, sono costretti a intavolare relazioni con un più banche. Con tutto ciò che ne consegue in termini di maggiori costi. Questo perché le banche tradizionali, che pure hanno raccolto la sfida dell'online banking, hanno comunque la necessità di mantenere stabili i depositi di privati e aziende, limitandone dunque la flessibilità.

E in uno scenario come questo che è nata ipagoo, una nuova banca digitale sviluppata da Orwell group che ha da poco lanciato i suoi servizi in diversi Paesi europei tra cui il Regno Unito, la Francia, la Spagna e l'Italia. ipagoo, come spiegato a *Milano Finanza* dal ceo Carlos Sanchez, ex direttore esecutivo di Goldman Sachs asset management ed ex ceo di Rbc Dexia investor services in Francia e in Italia, «è un'istituto di nuova generazione che va al di là della banca digitale e offre non solo un universo di servizi specializzati ma soprattutto elimina le barriere internazionali. Numerosi istituti che si definiscono digitali», spiega Sanchez, «in realtà, hanno soltanto aperto un canale digitale, ma continuano a operare attraverso un modello di business tradizionale. ipagoo, invece, grazie alla separazione tra attività di cash management e di credito, propone una visione del tutto innovativa». ipagoo, infatti, si concentra esclusivamente su tutti i servizi di cash management (conto corrente, servizi di pagamento e servizi a valore aggiunto relativi alla movimentazione del denaro) senza però fornire soluzioni di credito o risparmio. Rispetto alle banche tradizionali, anche quelle già ora presenti nell'internet banking, l'obiettivo principale di ipagoo non è dunque quello di reimpiegare il denaro raccolto per effettuare prestiti o investimenti. «ipagoo», continua Sanchez, «è la prima banca paneuropea che non si ferma alla frontiera: il cliente può aprire conti correnti aziendali nei Paesi in cui ipagoo è presente e gestirli tutti da un unico portale come se fosse uno solo. Un ulteriore vantaggio è la rapidità di apertura del conto, poiché con ipagoo vengono ridotte le tempistiche necessarie. Quando ad esempio un'azienda italiana vuole aprire un conto in una banca estera, in alcuni casi, ci vogliono addirittura otto mesi». Per ora ipagoo garantisce l'apertura dei conti in quattro nazioni europee (Italia, Spagna, Francia e Regno Unito) da cui è possibile effettuare pagamenti verso qualunque parte del mondo. Nei prossimi due anni il management di ipagoo intende aumentare il numero di Paesi europei coperti dalla banca: l'obiettivo è raggiungere le 20 nazioni. In parallelo ipagoo sta lanciando il servizio anche in Nuova Zelanda, Canada, Australia. (riproduzione riservata)

Quotazioni, altre news e analisi su www.milanofinanza.it/ipagoo

Il tour operator Caleido vola verso l'Aim
di Lucio Sironi
Dovrebbe arrivare sul listino Aim Italia nella prima settimana di marzo. Si tratta di Caleido, nata un anno fa dal conferimento da parte della capogruppo Oltremare group delle linee di business Caleidoscopio, Travelab e Dreambox e dei rispettivi marchi. Oltremare è un tour operator con sede a Napoli, fondato dalla famiglia Uva, leader nel centro-sud Italia nel segmento dei viaggi di medio-lungo raggio per il mercato consumer d'alta gamma e business. Caleido opera su tre linee di business: Caleidoscopio è il marchio di riferimento nel centro-nord Italia per il segmento dei viaggi di medio-lungo raggio. Oltremare lo ha rilevato quattro anni fa dal fallimento dei Viaggi del Ventaglio e rilanciato. Fornisce servizi wholesale a circa 2.500 agenzie di viaggio, ha uffici a Milano e 15 risorse tra staff operativo e commerciale; Travelab è un servizio di web-booking rivolto principalmente al B2B (online travel agencies come Expedia, eDreams, Booking.com) in grado di migliorare la costruzione di pacchetti turistici da parte dei partner del gruppo in tempi brevissimi. Infine Dreambox propone cofanetti esperienziali rivolti ai consumatori finali con la particolarità di fornire esperienze legate a un marchio grazie a licenze esclusive (come Inter e Milan). «La fase di pre-collocamento sta procedendo bene», spiega il presidente e ceo Cristiano Uva (Integrae sim opera come nomad e global coordinator dell'operazione), «pensiamo di raccogliere tra 1 e 1,5 milioni di euro, destinati ad aumento del capitale, circa metà del quale proveniente da sottoscrittori esteri». Le nuove risorse serviranno per sostenere investimenti che mirano ad aumentare volumi e redditività. In particolare c'è l'intenzione di acquisizione un tour operator con forti competenze su alcune destinazioni specifiche e poi di partecipare al capitale di una start up estera focalizzata sul turismo b2c. «I nostri punti di forza», prosegue Uva, «sono un management preparato, giovane e con alle spalle impresa familiare senza problemi di passaggio generazionale, e poi un approccio sartoriale: costruzione su misura del viaggio, servizi esclusivi, massima comodità e velocità di risposta». (riproduzione riservata)
Cristiano Uva

Carlos Sanchez

di **Mariangela Pira** e **Wu Xinghua** — **IMPARARE LA CINA, VENDERE AI CINESI**

Come districarsi tra anno lunare, calendario e Capodanno cinese

Quest'anno, come nel 2003 e secondo il calendario cinese, l'anno del Cavallo lascia il posto a quello della Capra. L'inizio dell'anno è il 19 febbraio. Da sempre la luna ha influenzato, oltre che la natura e l'agricoltura, lo scorrere del tempo. Ancora oggi nella lingua cinese i diversi mesi vengono tradotti come Prima Luna (gennaio), Seconda Luna (febbraio), Terza Luna (marzo). Anche in Cina, oggi, è adottato il calendario gregoriano e quindi l'inizio dell'anno coincide con l'1 gennaio, ma il capodanno è solo quello secondo il calendario lunare, a cui è attribuito, sin dal 1912 e per evitare confusione, il nome di Festa della Primavera. Il calendario lunare cinese è datato 2637 aC, anno in cui l'imperatore Huáng Tí (皇帝) introdusse il primo ciclo zodiacale: un ciclo completo di 60 anni e composto da cinque cicli semplici di 12 anni ciascuno. Il 78esimo ciclo è cominciato nel febbraio 1984 e si concluderà nel febbraio 2044. Gli anni di questo calendario non coincidono con quelli del calendario gregoriano, variando la data del capodanno cinese (Nuovo Anno - Xīn Nián 新年), che coincide con la prima luna nuova dopo l'entrata del Sole nel segno dell'Acquario, ovvero nel momento in cui, di fatto, inizia il mese numero 1. Ecco che quindi il capodanno cade sempre tra il 21 gennaio e il 19 febbraio del calendario gregoriano. Per quanto riguarda l'oroscopo, quest'anno il 19 febbraio, in tutto il mondo e non solo in Oriente, è il giorno dell'inizio dei festeggiamenti dell'anno della capra. La Capra (羊 yáng) (in Cina per alcuni è l'anno della pecora), è uno dei 12 animali dello zodiaco cinese, quello che si presentò ottavo dinanzi a Buddha. Festeggiare il capodanno cinese è avvicinarsi allo spirito della famiglia e alla comunione con la natura. In Cina parchi, piazze e templi si trasformano in luoghi di celebrazioni e cerimonie sacre, mentre di sera in lontananza il cielo è illuminato da centinaia di fuochi pirotecnici benauguranti, che allontanano i demoni del male secondo le antiche tradizioni. L'Anno della Capra terminerà il 7 febbraio 2016: sembra che quest'anno ci saranno fuochi d'artificio per il Bufalo e per il Gallo, ma nel contempo interessanti opportunità anche per tutti gli altri segni. Sia dunque propizio il già avviato anno solare 2015 e i migliori auspici vadano al nuovo anno della Capra! (新年快乐 xīn nián kuài lè)

PICCOLO DIZIONARIO CINESE

Nuovo anno	新年	Xīn Nián
Capra	羊	yáng
Mese	月	Yuè
Gennaio	一月	yī Yuè
Febbraio	二月	èr Yuè
Giorno	日	rì
Buon anno	新年快乐	xīn nián kuài lè

www.milanofinanza.it/desk_china