



Sede digitale. L'edificio del Samsung District nel quartiere di Porta Nuova a Milano

«Samsung più avanti su 5G e sicurezza»

INTERVISTA

CARLO CAROLLO

In Italia già collaboriamo con il Dis e all'estero con altre agenzie nazionali

Siamo tra i dieci mercati mondiali più importanti e nella top 5 europea

Andrea Biondi

«**C**i sono due elementi che ci differenziano e che sono la nostra arma in più rispetto ai competitors per continuare ad avere la leadership di mercato: la sicurezza e capacità di customizzare i dispositivi come i firmware». Carlo Carollo è da gennaio vicepresidente italiano di Samsung e alla guida della parte core del business del colosso coreano: la telefonia. I due terzi del giro d'affari della controllata italiana vengono da lì. E Carollo, 45 anni, tornato in Italia dopo un anno nell'headquarter europeo di Londra, su questo versante mostra sicurezza: «Resteremo a lungo leader di mercato. E lo subentro alla guida con l'obiettivo di preservare il primato nella soddisfazione dei clienti e nel rapporto con i partner». Una convinzione che può destare qualche perplessità, vista la crescita

impetuosa di nuovi player (Huawei su tutti) e la recente mossa di Apple che con il suo virare sui servizi ha lanciato un guanto di sfida non da poco. «Apple - replica Carollo - ha previsto di portare i suoi servizi anche su dispositivi e piattaforme terze come la nostra. Da questo punto di vista può essere addirittura un vantaggio. E faccio presente che a livello mondiali Apple è uno dei maggiori clienti di Samsung che, ricordo, opera su tutta la filiera: chipset, memorie, schermi».

La competizione però è serrata. Samsung Electronics Italia - poco più di 2,5 miliardi di euro di giro d'affari in Italia con quote di mercato del 35% a valore e del 34% a volume nel mercato della telefonia - nel Paese affronta consapevolmente il fatto di essere nel radar della casa madre coreana: l'Italia è fra i top 10 mercati nel mondo e fra i primi 5 in Europa. «Nel Paese operiamo da 25 anni». Sempre come filiale commerciale. La ricerca e sviluppo è invece centralizzata a livello globale.

IL MANAGER



CARLO CAROLLO Vice President divisione Mobile di Samsung Electronics Italy

Da P&G a Samsung
Carlo Carollo, 45 anni, ha lavorato in Procter & Gamble, McKinsey e Microsoft ricoprendo ruoli di vendita, marketing e strategia.

«Crediamo che sia una scelta vincente in un mercato come quello in cui operiamo». Due "divisioni" che vanno oltre il semplice attività commerciale però ci sono: un design center «che abbiamo dal 2005 ed è uno dei 7 design center che il gruppo ha a livello mondiale» e la divisione "Product and solution" in cui lavorano una 60ina dei 450 dipendenti diretti italiani il cui compito principale è «customizzare prodotti e soluzioni. Una personalizzazione che riguarda il consumer, ma anche il B2B».

In questo quadro proprio il mercato delle aziende «che vale il 15% del totale si sta rivelando un settore in grande crescita». È un fattore chiave, dice Carollo, «è il vantaggio che ci viene riconosciuto sulla sicurezza. Faccio presente, ad esempio, che in Italia collaboriamo con il Dis (Dipartimento della presidenza del Consiglio per la sicurezza, ndr.) in virtù di un protocollo d'intesa. E all'estero collaboriamo con varie agenzie di sicurezza nazionale. Nessun riferimento diretto ai competitor cinesi, ma si capisce che la tematica con le polemiche attorno al tema sono vissute come un elemento di vantaggio. Che comunque si scontra con un mercato che in Italia è abbastanza saturo. «Disicuro c'è un tema legato ai cicli di riacquisto che si stanno allungando. I nuovi modelli, come i dispositivi pieghevoli in commercio dai primi di maggio e gli smartphone 5G porteranno a uno sviluppo del mercato. E la partita si giocherà lì».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Check-in, da Parma il terminale mobile

INNOVAZIONE

Presentate a Londra soluzioni per incrementare la produttività degli aeroporti

Enrico Netti

Soluzioni high tech che migliorano l'esperienza dei viaggiatori negli aeroporti. In questa particolare nicchia si sviluppa la leadership della parmense Custom, tra i pochissimi player al mondo attivi in questo mercato. Una leadership che si consolida con la presentazione di Ranger Id, terminale portatile delle dimensioni di uno smartphone che consente la lettura e raccolta dei dati biometrici del passeggero e di quelli contenuti nel microchip del passaporto. A fare da sfondo al debutto di Ranger Id è il «Passenger terminal expo» di Londra, la più importante fiera del mondo dedicata alle operazioni aeroportuali.

«Ranger Id innalza il livello di automazione, efficienza e sicurezza nelle procedure di check-in - spiega Gabriele Ruggieri, Strategic development marketing & sales della società - È il primo al mondo, è "coperto" da 5 brevetti ed è compliant con le più moderne normative di sicurezza perché permette la verifica dell'identità delle persone e il ma-

ting biometrico tra la foto del passaporto e il passeggero».

La portabilità del terminale è una decisa evoluzione rispetto ai tradizionali banchi del check-in e i chioschi self service perché questa evoluzione risponde alle nuove richieste che arrivano dalle società che gestiscono le aree aeroportuali: rendere il più possibile rapido e automatizzato la procedura per poi lasciare liberi i passeggeri di raggiungere bar, ristoranti e le aree commerciali. «Tra gli obiettivi c'è la necessità di liberare nuovi spazi da affittare - continua Ruggieri -. Grazie alle nuove tecnologie si utilizzano dei banchi per il check-in più piccoli, postazioni self service e in mobilità». Un altro fattore richiesto è la rapidità: qui Custom presenta a Londra una nuova generazione di stampanti estremamente veloci proprio per ridurre i tempi del check-in. «Stimiamo un aumento della produttività pari ad oltre un aereo in più al giorno per aeroporto».

«Uno degli obiettivi dei gestori è ridurre la congestione negli scali gestendo grandi volumi di passeggeri - conferma Carlo Nespoli, Head of Airport implementation & operations di Amadeus, multinazionale che sviluppa soluzioni business critical per l'industria dei viaggi tra cui aeroporti e vettori nonché partner di Custom -. Gli sforzi puntano a migliorare la velocità dei flussi dei passeggeri e la bio-



Primo in Europa. All'aeroporto di Atene si testa la soluzione Smart Path realizzata da Sita con tecnologie Custom per il riconoscimento biometrico

metrica riduce le code».

Tutto inoltre deve essere studiato per rendere il più possibile gradevole l'esperienza del viaggiatore. Su questo punto si concentra l'attenzione di Maurizio Taffone, Vice president sales per il Sud Europa di Sita che rimarca: «Si lavora molto per installare i chioschi - dice - e Custom è uno dei nostri quattro partner». Ora si stanno valutando nuove soluzioni come i terminali mobili per accelerare e meglio integrare i servizi d'imbarco.

Così le soluzioni Custom, fondata nel 1992 da Carlo Stradi e Alberto Campanini, sono utilizzate in oltre 300 grandi aeroporti di tutto il mondo

con postazioni complete di stampanti oltre ai chioschi self service. Risultati ottenuti grazie alla ricerca e sviluppo. «Negli ultimi anni siamo arrivati ad investire tra l'8 e il 10% del fatturato in innovazione che si svolge nel quartier generale di Parma» sottolinea il presidente Carlo Stradi. Innovazione made in Italy mentre la produzione è affidata a cinque stabilimenti sparsi nel mondo: Cina, Brasile, India, Italia e Romania. Questa multinazionale tascabile conta un team di quasi 600 professionisti di cui 200 impiegate nella ricerca e sviluppo.

enrico.netti@ilssole24ore.com

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Letteratura e design in vista del Salone del mobile di Milano

EDITORIA

Progettare la complessità sul numero di aprile di IL, maschile del Sole24Ore

Nicoletta Polla Mattioli

In ogni situazione prossima all'ebollizione si ha il dovere della «delicatezza più che della furia morale». Spesso chi assiste a un torto «protesta. Manifesta. Punta un dito accusatore. E con ciò ritiene di aver fatto il proprio dovere. Io vengo da un'altra tradizione». Chi vive accanto a un vulcano «ha bisogno di una visione complessiva, paziente e piena di umorismo». Si apre con un inedito di Amos Oz la presentazione del nuovo numero di IL, il maschile del Sole24Ore in edicola da domani e con il suo invito postumo al dubbio, contrapposto ai «manifesti rabbiosi» e al rischio di trasformarsi in «produttori di slogan, un punto esclamativo ambulante».

Un numero dedicato alla complessità opposta alla semplificazione, alle tante moltitudini che fanno un'identità. Si comincia dall'intervista ad Alessandro Baricco e alla possibilità, dall'anno prossimo, di laurearsi in scrittura. «Fare romanzi è come fare l'idraulico, è un mestiere artigianale. Abbiamo bisogno di en-



In edicola il numero di aprile di IL

trambi. Il mondo cambia, rende le competenze di ieri monolitiche e obsolete, serve una nuova élite più eclettica. Per parlare di formazione, IL110 è andato a caccia dei plurisapiens, quei multilaureati finiti impigliati nel dibattito (e relativi fraintendimenti o proclami) di merito-crazia e merito. Sono tutte da leggere, nella loro formata normalità, le interviste allo psicologo milanese (laureato in Psicologia, ma anche in Chimica Industriale e in Scienze politiche), alla giovane project manager di un'azienda digital (laureata in Biotecnologie farmaceutiche e anche in Scienze della comunicazione) o al fisico e biochimico computazionale apiculatore. La complessità si

estende al mondo, tutto è ovviamente collegato. Di qui le interviste ai venezuelani Manuel Angel Redondo, Juan Andrés Ravell e Rayma Suprani che, nonostante la situazione catastrofica a Caracas, o forse proprio per quello, trovano nella satira la via per raccontare e denunciare. Di qui l'incontro con il manager alla guida del colosso Huanxi, che si candida a diventare il Netflix d'Oriente. Stephen Xiang racconta un «mercato immenso, dove il circuito streaming registra tassi di crescita più considerevoli delle sale». Dai kolossal cinesi a West Hollywood, con un'altra intervista e un altro sguardo: Spike Lee parla già di elezioni e invita «gli americani a votare la persona giusta nel 2020. Chi è con Trump ha scelto il lato sbagliato della storia».

La copertina di aprile di IL è dedicata all'appuntamento che mette Milano al centro della creatività produttiva internazionale, il Salone del Mobile, con un focus sui giovani talenti e gli hub che li selezionano e promuovono. Ogni oggetto, una storia, collegata alle altre, perché, anche qui, vale la complessità. La richiama da subito l'affermazione di Eeno Saarnen che apre il numero: «Progettare significa pensare una cosa nel suo più largo contesto».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

SIDDÙRA

WINE ENTHUSIAST 93
Robert Parker WINE ADVOCATE 88
Decanter 91

Decanter WORLD WINE AWARDS GOLD
WINE & SPIRITS AWARDS GOLD
MUNDUS VINI GOLD
WORLD WINE AWARDS 2018
CHALLENGE INTERNATIONAL DU VIN MEDAILLE OR FRANCE 2018
WINE AWARDS 2018

WWW.SIDDURA.COM
LUOGOSANTO

FACEBOOK.COM/SIDDURA
+39 (0)796573027
MARKETING@SIDDURA.COM

VERMENTINO DI GALLURA
DOCG SUPERIORE