

«Informazioni per battere la crisi Così aiutiamo le imprese italiane a capire con chi fare affari»

— MILANO —

NEI SALONI di Smau 2009 esprime soddisfazione Marco Preti, ad di Cribis Dun & Bradstreet, la società leader italiana del business information. Nata dalla bolognese Crif e dall'acquisto di Dun & Bradstreet Italia, si è subito affermata come punto di riferimento per imprese sia italiane che estere.

Quale è stato il processo di nascita e affermazione di questa società?

«Parte dal gruppo Crif di Bologna 21 anni fa. Quando io sono entrato eravamo 20 dipendenti, oggi siamo 1200 in 12 Paesi con un fatturato di 240 milioni di euro. Una società che offre servizi di supporto alle aziende a 360 gradi. L'1 giugno 2009 è nata Cribis Dun & Bradstreet, una sotto-società di Crif unita all'acquisto di Dun & Bradstreet Italia».

La società è molto giovane. Come vi siete piazzati sul mercato?

«Tra i clienti che erano Crif e quelli Dun & Bradstreet ora possiamo contare, solo tra le aziende italiane, 10mila clienti che usufruiscono del nostro servizio».

Quindi, nonostante la crisi, avete un grosso volume di affari?

«Anche noi notiamo un rallentamento dell'economia, dei pagamenti e del settore in generale. Sicuramente però c'è una maggiore attenzione per quello che sono i nostri servizi, proprio perché noi forniamo due servizi importantissimi per un'azienda, specie in un periodo

di crisi: da un lato aiutiamo le imprese a capire con chi fare o non fare affari in termini di certezza di pagamento e quindi di tutela del rischio. Dall'altro abbiamo anche tutti gli strumenti per trovare nuovi clienti. Questi due servizi insieme sono uno strumento molto importante per far fronte alle difficoltà di questi tempi».

I servizi che offrite sono validi anche per l'estero?

«Assolutamente sì. Uno dei nostri principali vantaggi è proprio l'essere collegati al world wide network. Dun & Bradstreet è la più grande società di business

information al mondo e noi, grazie a questa acquisizione, possiamo accedere al loro network internazionale e dare in tempo reale informazioni su circa 150 milioni di imprese in tutto il mondo. Quindi, per esempio, all'imprenditore italiano che vuole fare la fornitura all'estero e si chiede se una certa azienda esista e sia in regola, noi siamo in

grado di fornirgli informazioni nel giro di pochi minuti».

Quali sono i Paesi su cui c'è più interesse italiano e quali sono interessati all'Italia?

«Sicuramente la parte del leone continua a farla l'Europa in entrambe le direzioni. La maggior parte del lavoro si svolge tra Paesi europei. Subito dopo, per quanto riguarda gli investimenti italiani, viene l'Asia, in particolare Cina e India. In questo caso, però, il lavoro è differente perché si tratta di piccole quantità di informazioni e di grossi capitali.

Giovanni Velluto

MERCATO
«Possiamo fornire dati su 150 milioni di aziende in tutto il mondo»

A SMAU UNA NUOVA GENERAZIONE DI ROBOT 'INTELLIGENTI'

ROBOT con cui giocare, sistemi di sorveglianza automatizzata, centralinisti virtuali: sono sempre di più le applicazioni in grado di sostituire l'uomo, in mostra al salone della tecnologia Smau, in corso a Milano. «Oggi in Giappone — spiega Emanuele Menegatti, professore di robotica all'università di Padova — si vendono 20mila robot all'anno. Trent'anni fa nessuno pensava che avrebbe avuto bisogno di un computer o di un cellulare, tra non molto tutti avremo il nostro personal robot».



MANAGER
Marco Preti,
amministratore
delegato di
Cribis Dun &
Bradstreet,
società leader
italiana del
business
information