

**MILANO**  
**Università Statale nelle aree Expo**  
 Giovanna Mancini • pagina 16

**LOGISTICA**  
**Confetra: riparte il trasporto merci**  
 Raoul de Forcade • pagina 17

**MILANO, DAL 14 MAGGIO 2018 - 31° ED. ROMA, DAL 24 OTTOBRE 2018 - 32° ED. 16 mesi di aula e 4 di stage**

**La storia. Ecco come la Grani & Partners ha inventato il gadget**  
**Abita fuori Modena il papa dei Rollinz da 60 milioni di pezzi**  
 Una Pmi dietro il successo Esselunga

**Micaela Cappellini**  
 BASTIGLIA (MO). Nel Modenese ormai è diventato una mezza celebrità: «Mamma, è lui che ha inventato il Rollinz, facciamo un selfie». Lui è Enrico Grani, 51 anni, fondatore e Coo della Grani & Partners. Ma per tutti è l'inventore dei Rollinz. Da giovane voleva fare il calciatore, e un calcio d'inizio in effetti lo ha dato: dietro a una delle campagne marketing più riuscite della storia della grande distribuzione italiana c'è una Pmi emiliana, da 42 milioni di fatturato e 35 dipendenti nella piccola Bastiglia, a una dozzina di chilometri da Modena. Da una parte Sorbara con il suo Lambrusco e dall'altra il quartier generale della Lamborghini.

Forti, ho pensato. Si trattava di una vecchia licenza giapponese caduta in disuso, ma ho spiegato. Così, me ne sono fatti dare una quarantina da portare in Italia. Perché non montarci dei personaggi, su quei piedistalli tondi, pensa Enrico Grani. E con l'aiuto di Marco Rossi, il suo direttore creativo, sceglie proprio i protagonisti di Star Wars. Alla Disney e alla Lucas l'idea piace parecchio, rincorano un po' i prototipi e r-

Il board di Esselunga non fornisce cifre, ma assicura che nei mesi delle due campagne dedicate a Star Wars c'è stato un incremento delle vendite. Tra la prima e la seconda campagna, i supermercati della famiglia Caprotti hanno provato a replicare il successo dei Rollinz con i Wizzis, dedicati a Harry Potter: «Inizialmente si erano rivolti a noi anche per quelli», racconta Enrico Grani - e avevamo inviato le nostre proposte, ma alla fine hanno preferito rivolgersi ad altri. Qualcuno ha chiamato Rollinz anche quelli, ma si sbaglia: i Rollinz sono brevetti nostri, i personaggi di Harry Potter non sono montati su un supporto rotondo. E non hanno avuto lo stesso successo dei nostri». Esselunga conferma: per la campagna Wizzis, le statuette distribuite sono state «solo» 37 milioni.

I Rollinz non sono stati l'unico successo della Grani & Partners, che realizza anche diversi gadget da edicola e le sorprese delle uova di Pasqua della Dolci Preziosi. Ci sono stati gli Stikeez per esempio, i gommosi con le ventose distribuiti fra gli altri dalla Carrefour e dalla Lidl: il capannone di Bastiglia ne ha prodotti 928 milioni di pezzi. Quanto alle licenze, nel portafoglio dell'azienda ce ne sono a decine: dagli eroi Marvel a Pampers, da Oggy e i maletti scarafaggi fino alla Ferrari. Protagonista quest'ultimo, insieme ai Ducati e alla Lamborghini, del più grande successo firmato Grani & Partners in Estremo Oriente: sei milioni di pezzi tra macchinine e portachiavi, distribuiti in 5.500 negozi della catena P-Seven, per un totale di 1,5 miliardi di dollari di royalty generate. «Sono tre marchi icona dell'auto italiana, e sono tutti di queste parti», ricorda Enrico Grani con un certo orgoglio.

In Cina la Grani & Partners non produce direttamente, ha i suoi fornitori, però negli anni ha aperto tre sedi. A Hong Kong, Ningbo e Shenzhen, il triangolo della manifattura cinese. In tutto, 42 dipendenti: «Ma nessuno che abbia mai sostituito anche un solo lavoratore di Bastiglia», assicura Enrico Grani. «Non che la crisi non si sia sentita, qui, ma ora ci siamo ripresi. Anzi, possiamo dire che grazie ai Rollinz abbiamo creato nuovi posti di lavoro».



**Il caso tNotice**  
**Raccomandate elettroniche in crescita esponenziale**

**Laura Cavestri**  
 La raccomandata online viaggia veloce. Destinazione, Borsa Italiana. Da 50 mila raccomandate nel 2017 a oltre 1,5 milioni di operazioni previste per quest'anno: in queste cifre si evidenzia la crescita esponenziale dell'attività di tNotice, la società italiana - fondata nel 2014 - che ha ideato, brevettato (con validità fino al 2022) e lanciato, circa un anno fa, la raccomandata elettronica. In pratica, consente di inviare raccomandate, con relativa ricevuta di ritorno, dalla propria email personale, a quella personale del destinatario. Insomma, qualunque sia il provider di posta usato, la raccomandata digitale può essere inviata e ricevuta con pieno valore legale. Raccomandata che ora punta allo sbarco in Borsa. «Avevamo pensato a uno sbarco in Borsa nell'arco di due anni - sottolinea Alberto Lenza, amministratore delegato di Poste.it SpA - ma la forte accelerazione del business ci impone una stretta sui tempi. Se nel 2017 il nuovo servizio portava a stremata cura di fatturato, oggi questo è quanto abbiamo fatturato nel solo mese di gennaio 2018. Per questo, per il 2018, puntiamo a chiedere a 1,5 milioni di euro, considerando che ogni operazione di invio costa 1,2 euro, Iva inclusa».

In Europa non esiste ancora un servizio analogo. E tNotice è sotto osservazione. Il mercato europeo ha un potenziale enorme, soprattutto in assenza di operatori. Ma la priorità è crescere in Italia. «È risultato vincente - spiega ancora Lenza - l'idea di proporre un servizio innovativo come la raccomandata elettronica, in linea con l'esigenza di modernizzare e digitalizzare le comunicazioni in Italia. Un servizio che consente alle aziende di inviare comunicazioni, semplici e immediate, con la comunicazione con i propri clienti. Clienti che possono ritornare comodamente la comunicazione dal pc, dallo smartphone o dal tablet. Le comunicazioni sono esclusivamente digitali, e raggiungono i destinatari sulla propria mail generica o sulla Pec, la posta elettronica certificata. Una modalità semplice che ha subito incontrato il favore dell'utenza». Un'innovazione che ha permesso a tNotice di acquisire in poco tempo clienti come Crea, Genertel, e partner come Tiscali e Omnitel.

Tra i vantaggi operativi della raccomandata elettronica c'è la tempestività: meno di tre minuti, ed un tasso di ritiro all'82 per cento. Il ritiro della comunicazione può essere effettuato a 24h su 24h e 7 giorni su 7.

Rispetto alla Pec la pista elettronica certificata, la raccomandata online sembra avere più fortuna. «La Pec - dice Lenza - è limitante. Funziona solo verso un'altra Pec e sul solo territorio italiano. Mentre tNotice, che risponde appieno al regolamento europeo Eidas, è un servizio valido oggi in tutti gli Stati membri della Ue». Anche per questo, il forte interesse rivolto al mercato azionario è il traguardo di una quotazione in Borsa.

**EFFETTO TRASCIAMAMENTO**  
 Nei mesi delle due campagne dedicate ai protagonisti di Star Wars, la catena di supermercati ha registrato un incremento delle vendite

**CONSENSO GLOBALE**  
 Grazie alle intese con Carrefour, Emte e Magnit le celebri statuette sono state distribuite dal Portogallo, alla Spagna, alla Russia

mandano tutto alla Grani & Partners. Daultimo Brand Loyalty crea l'indispensabile contatto con Esselunga. E l'affare si fa. Non una, due volte. Di quanto ha alzato il suo prezzo, quest'anno? «Non ci crederà, per portare a casa il secondo contratto con Esselunga ho dovuto accettare margini più bassi», ammette Enrico Grani. Che però si è preso le sue soddisfazioni tra Spagna, Portogallo, Romania, Olanda e Russia: altri 50 milioni di Rollinz sono finiti nei carrelli degli amanti del genere Star Wars, grazie ad altre intese con le catene Carrefour, Emte e Magnit.

**NUMERI**  
**60 milioni**  
 I Rollinz venduti in Italia tra il 14 dicembre 2017 e il 18 febbraio 2018 Esselunga ha distribuito 60 milioni di Rollinz nell'ambito della sua seconda campagna marketing dedicata alla saga di Star Wars. A produrli è stata un'azienda di Bastiglia, in provincia di Modena, la Grani & Partners. La prima edizione della campagna Rollinz Star Wars dei supermercati della famiglia Caprotti ha distribuito 50 milioni di pezzi

**50 milioni**  
 I Rollinz distribuiti all'estero Esselunga ha l'esclusiva per l'Italia, ma all'estero la Grani & Partners ha firmato accordi con le catene Carrefour, Magnit ed Emte. I Rollinz di Star Wars sono dunque sbarcati anche in Spagna, Portogallo, Olanda, Romania e Russia

**Alley Oop**  
 Online oggi la storia che ha portato alla nascita dei Rollinz di Amilyn Holdo

**INDUSTRIA 4.0**  
 La trasformazione digitale è il futuro dell'impresa e rappresenta un'occasione unica per rilanciare l'industria italiana. Preparati al futuro.

Confindustria affianca le imprese con un sistema integrato di strumenti e iniziative: formazione mirata, supporto per l'accesso alle misure del Piano Nazionale Industria 4.0, i Digital Innovation Hub nel territorio. Insieme, preparati al futuro.

Iscriviti su [preparatialfuturo.confindustria.it](http://preparatialfuturo.confindustria.it) al workshop gratuito "Strumenti operativi, tecnologie e servizi di supporto per le imprese" il 12 marzo 2018 a Coenza - ore 9:30

**Il futuro è nelle tue mani**  
**Sei pronto?**

**INDUSTRIA 4.0**  
 La trasformazione digitale è il futuro dell'impresa e rappresenta un'occasione unica per rilanciare l'industria italiana. Preparati al futuro.

Confindustria affianca le imprese con un sistema integrato di strumenti e iniziative: formazione mirata, supporto per l'accesso alle misure del Piano Nazionale Industria 4.0, i Digital Innovation Hub nel territorio. Insieme, preparati al futuro.

Iscriviti su [preparatialfuturo.confindustria.it](http://preparatialfuturo.confindustria.it) al workshop gratuito "Strumenti operativi, tecnologie e servizi di supporto per le imprese" il 12 marzo 2018 a Coenza - ore 9:30

**Design-arredo**  
**Idb si espande nel settore illuminazione**

**INTESA CON DAVIDE GROPPI**  
**Idb si espande nel settore illuminazione**

Un nuovo progetto nel settore della luce di design. Si chiama Indaco e lo ha lanciato il nuovo italiano Design Brand (Idb) di Davide Groppi, l'azienda di illuminazione entra così a far parte di Idb, la piattaforma che riunisce società del settore design-arredo (Gervasoni, Meridiani e Cenechi International). La nuova società Indaco, detentata da Idb, acquisisce l'intero capitale della Davide Groppi, il cui fondatore manterrà la presidenza e sarà anche l'agida di Indaco, con l'obiettivo di farne un polo capace di competere sui mercati internazionali e nei settori del contract e delle grandi forniture. Come già accaduto nelle precedenti operazioni realizzate da Idb, precisa l'Idb del gruppo Groppi, anche le realtà che saranno integrate da Indaco manterranno la loro autonomia. «Ci interessano aziende di eccellenza, che abbiano storie da raccontare», spiega Groppi - tra loro diverse e complementari. Le attività di scouting sono iniziate. l'ipotesi è di integrare almeno un'azienda dell'architettura, una dell'outdoor, una vicina a produzioni storiche e una dell'elettronica, visto il ruolo centrale delle nuove tecnologie nel settore lighting.