

# MA TRA LE PMI MANCA ANCORA CONSAPEVOLEZZA

**E**rano arrivati a Pechino con un volo di linea. Il primo giorno, incontri di lavoro. L'indomani, in albergo, accendono per la prima volta il pc per entrare in contatto con la loro azienda. Neanche mezz'ora dopo, finiscono in carcere. Senza neanche le formalità di rito.

Per due italiani, uomini d'affari per conto di una multinazionale francese della grande distribuzione, quella di due settimane fa è stata una brutta avventura, per fortuna a lieto fine. La polizia di Pechino aveva intercettato le comunicazioni on line dei due italiani: non poteva tollerare il loro uso di una *Virtual private network* (Vpn), una connessione in grado di proteggere e nascondere identità, traffico dati e indirizzo Ip del computer. «L'azienda è riuscita a contattarci in tempo, siamo intervenuti con personale sul posto e abbiamo spiegato alle autorità cinesi come non ci fosse

alcuna criticità o fattore di rischio per loro. Tutto risolto in 24 ore», spiega Lucio Mattielli, *chief security officer* di Sicuritalia Spa, la più grande azienda italiana di sicurezza privata, 617 milioni di fatturato e 10mila dipendenti.

Pianificare e garantire la sicurezza all'estero di un progetto d'impresa, ormai noto come *travel security*, è sempre più complesso. Sicuritalia insieme a *Itstime-Italian Team for Security, Terroristic Issues & Managing Emergencies*, centro di ricerca dell'università Cattolica del Sacro cuore di Milano, hanno di recente presentato la ricerca «Il mercato della *travel security* in Italia» che, si legge, è aumentato «di circa il 30% negli ultimi due anni».

In ballo non ci sono soltanto i fattori critici più evidenti come le guerre in corso, la minaccia terroristica o, in molte zone, il rischio sanitario. Quello meteorologico, specie se si tratta di grandi disastri, è

diventato più di prima un profilo determinante in gioco. «Eventi estremi da miliardi di dollari di danni negli ultimi decenni hanno continuato a crescere in incidenza» sottolinea la ricerca.

Ma la spesa in sicurezza all'estero non sembra ripartita con equilibrio tra i diversi profili di rischio. Le risorse risultano «destinate principalmente alla prevenzione dei rischi sanitari con circa il 70% degli investimenti. Il 15% viene invece dedicato ai rischi meteorologici, il 5% nella sicurezza degli alloggi e il 5% in altri settori». Quella per l'aspetto sanitario è considerata nel documento una «attenzione sproporzionata» rispetto agli altri aspetti di minaccia.

La questione di fondo, tuttavia, è quanto di più banale si possa immaginare: «Manca ancora tanta consapevolezza soprattutto tra le piccole e medie imprese. Magari si affacciano per la prima volta ai mercati all'estero. Ma non possono

sottovalutare pericoli incombenti e immanenti, a volte evidenti», spiega Mattielli. Pena soccombere tra episodi imprevedibili, affari saltati, traumi per il personale inviato e costi salati da sottoscrivere.

I casi sono innumerevoli. Gli errori per eccesso e per difetto. «Molto sottovalutati, è incredibile, i rischi di chi va in un Paese sudamericano. Serve conoscere il posto, le prassi, il pericolo noti e meno noti. Ci ritroviamo a gestire rapimenti-lampo perché in quella zona si usano i taxi, molto meno sicuri dei mezzi pubblici». Ma si è anche vista «un'azienda italiana abbandonare Lagos, in Nigeria, dove aveva i suoi affari, per gli scontri avvenuti a Port Harcourt, 617 chilometri di distanza. Un'assurdità», sottolinea Mattielli. Coraggio e prudenza, dunque, sono imprescindibili. Non solo per il business, ma anche per la sua sicurezza.

—M.Lud.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## IN ITALIA SI TENDE A DARE UN PESO ECESSIVO AI RISCHI SANITARI RISPETTO A TUTTO IL RESTO

LUNEDÌ

**Marco Mariani**

**Franca Deponti** (vice caporedattore)

UFFICIO GRAFICO CENTRALE

**Adriano Attus** (creative director)

**Francesco Narracci** (art director)

RESPONSABILI DI SETTORE

**Marco Alfieri** (Online)

**Luca Benecchi** (Economia & Imprese)

**Luca De Biase** (nòva.tech)

**Maria Carla De Cesari** (Norme & Tributi)

**Marco Ferrando** (Finanza & Mercati)

**Attilio Geroni** (Mondo)

**Lello Naso** (Rapporti)

**Christian Martino** (Plus24)

**Francesca Padula** (.moda)

**Stefano Sallis** (Commenti)

**Alfredo Sessa** (Domenica)

**Giovanni Uggeri** (.casa)

SOCIAL MEDIA EDITOR

**Michela Finizio**,

**Marco lo Conte** (coordinatore)

**Vito Lops, Francesca Milano**

GRUPPO **24** ORE

PROPRIETARIO ED EDITORE

**Il Sole 24 ORE S.p.A.**

PRESIDENTE

**Edoardo Garrone**

VICE PRESIDENTE

**Carlo Robiglio**

AMMINISTRATORE DELEGATO

**Giuseppe Carbone**

SEDE LEGALE - DIREZIONE E REDAZIONE

Via Monte Rosa, 91 - 20149 Milano - Tel. 023022.1 - Fax 0243510862

AMMINISTRAZIONE

Via Monte Rosa, 91 - 20149 Milano

REDAZIONE DI ROMA

P.zza dell'Indipendenza 23b/c - 00185 - Tel. 063022.1 - Fax 063022.6390

e-mail: [letterealsole@ilsole24ore.com](mailto:letterealsole@ilsole24ore.com)

PUBBLICITÀ

Il Sole 24 ORE S.p.A. - SYSTEM

DIREZIONE E AMMINISTRAZIONE

Via Monte Rosa, 91 - 20149 Milano - Tel. 023022.1 - Fax 023022.214

e-mail: [segreteria@redazione.ilssole24ore.com](mailto:segreteria@redazione.ilssole24ore.com)

© Copyright Il Sole 24 ORE S.p.A.

Tutti i diritti sono riservati. Nessuna parte di questo quotidiano può essere riprodotta con mezzi grafici o meccanici quali la fotocopione e la registrazione.

PREZZI

con "I 300 Migliori Fondi" € 12,90 in più; con "Guida Università" € 0,50 in più; con "Guida Pensioni" € 0,50 in più; con "Che ne ho fatto dei miei soldi" € 6,90 in più; con "Norme e Tributi" € 12,90 in più; con "Aspenia" € 12,00 in più; con "Crisi d'Impresa-Le Novità del Codice" € 9,90 in più; con "I Crediti d'imposta" € 9,90 in più; con "Crisi d'Impresa 2-Procedura di allerta" € 9,90 in più; con "Sanatorie Fiscali 2019" € 9,90 in più; con "Crisi d'Impresa 3-Concordato preventivo" € 9,90 in più; con "I Redditi Professionali" € 9,90 in più; con "Crisi d'Impresa 4-La nuova liquidazione giudiziale" € 9,90 in più; con "Il Nuovo Bilancio" € 9,90 in più; con "Crisi d'Impresa 5-Piani di risanamento" € 9,90 in più; con "Crisi d'Impresa 6-Inuovi compiti degli organi sociali" € 9,90 in più; con "How to Spend It" € 2,00 in più; con "IL Maschile" € 4,00 € 0,50 in più.

Prezzi di vendita all'estero: Monaco P. € 2 (dal lunedì al sabato), € 2,5 (la domenica), Svizzera SFR 3,20

