

100% PROFESSIONISTI

# Uomo & MANAGER

UOMO & MANAGER #41 - MENSILE - OTTOBRE 2016

## Digital Leaders

LA CLASSE MANAGERIALE  
DEL FUTURO

## Eric Duffaut

"CIO, UOMINI DEL NUOVO  
RINASCIMENTO"

## Manager & Gentleman

QUANDO LA COMPETIZIONE  
NON RISPETTA LE REGOLE

# Coworking

UN NUOVO MODO DI LAVORARE  
E DI COLLABORARE!





**6 / QUELLO CHE CI DISTINGUE**  
Manager&Gentleman...

**8 / ASSOCIAZIONI**  
AUIPU: a difesa di chi vuole un futuro migliore...

**12 / ANGELO DEIANA**  
10 segreti per cambiare la nostra vita

**14 / INTERVISTA**  
Stefano Spaggiari ci parla dell'Intelligenza Artificiale

**18 / ERIC DUFFAUT**  
"CIO, l'uomo del nuovo rinascimento"

**22 / MAURO RUBIN**  
"Viviamo nel mezzo di una rivoluzione tecnologica"

**26 / MAURO DE CARO**  
"Microservizi, il futuro dei software"

**30 / COVERSTORY**  
Coworking, un nuovo modo di lavorare...

**36 / INTERVISTA**  
Francesco Isola e RIF LINE

**38 / DIGITAL LEADERS**  
La classe manageriale del domani

**42/ MODA**  
Se l'eleganza fa l'uomo

**54 / STILEMASCHILE**  
Lo stile al collo

**58 / MOTORI**  
Nuova Kia Niro



100% PROFESSIONISTI  
**Uomo & Manager**

**UOMO&MANAGER#41**  
Mensile - Ottobre 2016  
Chiuso in redazione  
l'8 Ottobre 2016

**Autorizzazione**  
Tribunale di Roma n. 3  
del 15/1/2013

**Direttore Responsabile**  
DAVID DI CASTRO

**Grafica ed impaginazione**  
DC NETWORK DI VALERIO DI  
CASTRO EDITORE

**Collaboratori**  
FRANCESCA BERTON  
VERONICA CARNEBIANCA  
DANIELA DI CERBO  
ANGELO DEIANA  
ALFREDO DE GIGLIO  
GIORGIO LAZZARI  
GIUSEPPE GOMES  
RITA NICOLI  
PAOLA PROIETTI

**DC NETWORK**

di VALERIO DI CASTRO EDITORE

[info@uomoemanager.it](mailto:info@uomoemanager.it)

Partita IVA n. 12120261008

LE COLLABORAZIONI CON LA RIVISTA  
UOMO&MANAGER SONO A TITOLO  
GRATUITO, SALVO DIFFERENTI ACCORDI  
STIPULATI CON L'EDITORE

# Francesco Isola

## “RIF LINE, UN GRUPPO DI PROFESSIONISTI ENTUSIASTI E CAPACI”

di David Di Castro  [daviddicastro11](#)

**S**pedizioni internazionali e logistica, due attività di cui il mercato proprio non può fare a meno. Ma per intraprendere simili attività bisogna avere una base importante sia dal punto di vista organizzativo che manageriale. RIF LINE ha questo e molto di più. L'azienda ha interessi in molti paesi del mondo, dalla Cina all'India. Ma il processo di crescita è in atto ed è recente la notizia dell'apertura di una nuova sede in Pakistan. Per parlare di questa azienda moderna e all'avanguardia, abbiamo interpellato Francesco Isola, Managing Director di RIF LINE ITALIA SPA, con il quale abbiamo potuto scoprire un'altra bellissima realtà.

**RIF LINE È UN'AZIENDA IN FORTE CRESCITA E CON SEDI DI RAPPRESENTANZA IN TUTTO IL MONDO, QUAL È IL VOSTRO “SEGRETO”?**

Per quanto riguarda i servizi di import, i nostri principali mercati sono la Cina, il Bangladesh e l'India, mentre Stati Uniti e Giappone rappresentano i mercati principali per l'export dei nostri clienti. Siamo sempre stati convinti che per poter essere in grado di dialogare con players di caratura internazionale, Rif Line doveva necessariamente assumere un respiro ed una dimensione globale. Per questo motivo

abbiamo deciso di aprire i nostri uffici nei paesi che rappresentano i principali mercati di riferimento dei nostri clienti. Oggi Rif Line è presente con propri uffici in Bangladesh, Pakistan Giappone, Cina (4 uffici) e Hong Kong. L'intento è creare un network in grado di garantire ai nostri clienti un supporto completo che vada al di là del semplice trasporto, i nostri clienti sanno che possono contare su di noi quando devono interfacciarsi con paesi come il Pakistan dove difficilmente potrebbero entrare senza il supporto di operatori qualificati.

**CI PARLI MEGLIO DI RIF LINE: QUANDO NASCE? CHI SONO I SOCI? QUANTI DIPENDENTI?**

L'azienda nasce nel 2006 grazie all'entusiasmo di un gruppo di persone con esperienza trentennale nel settore delle spedizioni internazionali. Oggi siamo una realtà solida con un network diffuso su 52 paesi nel mondo e siamo in grado di supportare le aziende che abbiano non solo la necessità di spedire o ricevere merce, ma possiamo anche supportarli in tutte le loro esigenze nell'interfacciarsi con paesi nuovi o con cui non avevano mai lavorato in precedenza. Nel 2015 la società ha movimentato 15mila TEU via mare e due milioni di chili via aereo. Il fatturato 2015 è stato pari a 24 milioni di euro (esclusi i diritti doganali).

**RIF LINE è una società di servizi che in pochi anni è stata in grado di crescere in modo davvero incredibile. Noi abbiamo intervistato il suo Managing Director.**







RifLine conta 50 dipendenti in Italia, ma nel mondo quasi 500 persone ogni giorno sono coinvolte a servizio dei nostri clienti.

### **COM'È LA SITUAZIONE DEL SETTORE LOGISTICA IN ITALIA?**

Anche il mercato della logistica ha risentito del deficit di crescita dell'economia mondiale degli ultimi anni. Purtroppo, si tratta sempre di un mercato che in Italia vale oltre 80 miliardi di euro. Si tratta di un mercato in costante e rapida evoluzione, dove le nuove tecnologie sono entrate in modo sempre più preponderante dando un fortissimo impulso alla crescita di servizi che fino a poco tempo fa erano totalmente inimmaginabili; si pensi ad esempio ai sistemi di tracking in tempo reale tramite GPS delle navi o degli aerei o ai sistemi di tracciabilità dei beni di consumo deteriorabili tramite appositi sensori. Uno dei principali fattori del nostro successo è sempre stata la capacità finanziaria dell'azienda di poter sostenere le ambizioni di sviluppo dei nostri clienti. Abbiamo avuto il merito e la capacità di coinvolgere gli istituti finanziari in questo processo e devo dire che in un momento

in cui permane una mancanza di liquidità nelle aziende, le banche e i principali operatori assicurativi non ci hanno mai fatto mancare il loro sostegno. Un segno che solidi progetti di sviluppo possono trovare terreno fertile anche in questo Paese a volte ingiustamente bistrattato. Anche con la pubblica amministrazione abbiamo avuto una buona collaborazione: la legislazione doganale è molto complessa e cambia di anno in anno. Per questo puntiamo molto sulla formazione dei nostri dipendenti.

### **DA POCO È STATO ANNUNCIATA L'APERTURA DEL VOSTRO UFFICIO IN PAKISTAN, COME MAI QUESTA SCELTA?**

Oggi il Pakistan presenta rappresenta una delle economie con maggiori tassi di crescita di tutto il continente Asiatico, con un'economia che si è dimostrata inaspettatamente forte durante una serie d'eventi potenzialmente distruttivi come la crisi finanziaria asiatica, la recessione globale, la carestia, l'azione militare in Afghanistan dopo l'11 settembre, e le tensioni con l'India. Ultimamente il

settore manifatturiero pakistano ha avuto tassi di crescita in doppia cifra, con la manifattura su larga scala cresciuta negli ultimi anni ad un tasso del 18%. L'Italia è considerata un partner privilegiato per quanto riguarda le relazioni economiche e commerciali. Siamo il terzo partner commerciale nell'UE, dopo Regno Unito e Germania ed il decimo in assoluto. Abbiamo deciso di investire in questo mercato dalle grandi prospettive di sviluppo per rispondere al crescente bisogno delle aziende italiane che quotidianamente lavorano in questo Paese. L'obiettivo della nostra azienda è quello di diventare per queste aziende un vero e proprio partner di riferimento.

### **CHI SONO I VOSTRI CLIENTI ?**

Lavoriamo quotidianamente con grandi player internazionali e con realtà medio piccole.

Aziende che spaziano dall'aerospazio e defense al mondo della moda. Il nostro segreto è sempre stato quello di offrire servizi ad alto valore aggiunto. Ovunque siano nel mondo, i nostri clienti sanno che possono contare su di noi. La sfida quotidiana è essere identificati come sinonimo di qualità e di affidabilità. Può sembrare retorico, ma in un mondo in continua evoluzione e con così tante tribolazioni, sapere di avere un solido punto di riferimento in posti tanto lontani rappresenta per il cliente un valore aggiunto a cui non è disposto a rinunciare.

### **QUALI SONO I VOSTRI PIANI DI SVILUPPO A BREVE, MEDIO E LUNGO TERMINE?**

Siamo cresciuti molto e molto rapidamente negli ultimi anni. Il nostro obiettivo è quello di consolidare i risultati ottenuti e mantenere una crescita costante ed equilibrata. Siamo perfettamente in linea con i nostri obiettivi di budget che per quest'anno prevedono una crescita del 30% del fatturato. Non è facile in un momento che vede ancora una lenta crescita dell'economia e una forte pressione sui prezzi dei noli aerei e marittimi, ma ancora una volta evidentemente la qualità premia. Probabilmente entro la fine dell'anno sbarchiamo anche in Myanmar dove sarà attivo il nostro ufficio di Yangon. &&&