



ATTUALITA'

## Uscire dalla Crisi - intervista a Emiliano Carlucci

**La prima, di una serie di interviste a titolari e responsabili di piccole e medie imprese, è con il CEO di YOUNiversal Media, Emiliano Carlucci. Come stanno affrontando le PMI questo periodo? Con quali cambiamenti? Con quali strategie? In Italia c'è ancora chi è pronto a investire, innovare e rinnovarsi? Quali sono le opportunità più o meno "nascoste"?**

di Alberico Moro

### **Emiliano, raccontaci brevemente qualcosa sul tuo lavoro e sulla tua azienda.**

Ho esordito nel settore Internet nel 2003, lavorando in GoAdv (ora Populis) per 7 anni. Qui ho coordinato le business operations del gruppo, con particolare attenzione alle attività di search marketing, e mi sono occupato dello startup di GoAdv in Irlanda. Nel 2010 ho co-fondato YOUNiversal Media, una media technology company nata con l'idea di offrire prodotti e soluzioni indirizzati a 3 target ben definiti: gli editori e i produttori di informazione, desiderosi di sfruttare le potenzialità dei motori di ricerca e dei social network per allargare la loro base utenti; le aziende che fanno business online, in cerca di partner in grado di aumentare il loro volume di affari; gli utenti internet, attratti dalle opportunità offerte dal Web e dalle applicazioni mobile.

### **Siete stati "toccati" o "coinvolti" dalla Crisi? In che modo?**

In barba alla scaramanzia direi proprio di no.

### **Cosa è cambiato nella tua attività/azienda? E nelle tue azioni di tutti i giorni?**

Pur non avendo vissuto la crisi sulla mia pelle, mi sono reso conto che a forza di sentir parlare di recessione abbiamo adottato per forza di cose un approccio diverso. Meno sprechi, maggiore attenzione alla scelta dei collaboratori, ottimizzazione delle risorse, focalizzazione del business, investimenti. Si tratta di aspetti che dovrebbero essere sempre tenuti nella massima considerazione, ma che finiscono per essere sottovalutati in periodi di vacche grasse per poi tornare inevitabilmente di moda in periodi di crisi.

### **Hai avuto da subito le idee chiare su cosa andava fatto? E ora cosa stai facendo?**

Io credo sia importante differenziare. Non solo a livello di attività, ma anche (se se ne ha l'opportunità) a livello di mercato. Abbiamo la fortuna di lavorare con aziende straniere e questo riduce enormemente il rischio. Internet d'altronde abbatte le barriere e rende estremamente facile internazionalizzarsi. La difficoltà, semmai, sta nel saper differenziare senza disperdere le energie e mantenendo un certo focus sul core business. La crisi è senz'altro un momento drammatico, ma d'altro canto può diventare una miniera di opportunità.

### **Quali sono state le azioni più importanti che hai messo in campo?**

Abbiamo investito in tecnologia e know-how. Quando l'economia arranca, puoi soccombere o rilanciare: noi abbiamo scelto la seconda opzione. Un po' per carattere, un po' per l'incoscienza di chi vive in perenne fase di start-up.

### **Cosa consiglieresti ad un'azienda in "crisi"?**

Consiglio di non scoraggiarsi e di sapersi reinventare. Il mondo cambia alla velocità della luce e se ci si siede non si arriva da nessuna parte. Gli imprenditori non devono mai perdere lo spirito di start-up che avevano quando hanno iniziato la loro attività. Solo in questo modo sapranno reagire con prontezza alle difficoltà della crisi e trovare una soluzione innovativa ai loro problemi.

### **Cosa è successo ai tuoi clienti e ai tuoi fornitori? Come stanno affrontando loro questa situazione?**

Qualche cliente ha tagliato i budget. Qualcuno ha addirittura chiuso i battenti. Altri stanno mantenendo i livelli di spesa precedenti. La verità è che la crisi non è generalizzata e dipende dal settore e dalla tipologia di business.

### **Quali sono le opportunità in questo momento? In cosa investiresti?**

In un momento difficile come questo Internet (Web e mobile) è l'ideale per investire, in quanto luogo di creazione di prodotti/servizi innovativi e soprattutto misurabili (cosa che i media tradizionali non riescono a

garantire). Prendete società come Pinterest, uno degli ultimi fenomeni digitali che in poco meno di 6 mesi ha decuplicato il traffico raggiungendo oltre 11 milioni di utenti, o Zaarly, piattaforma basata sul concetto di "proximity marketing" che recentemente ha ottenuto \$14 milioni di finanziamento da un fondo americano. Si tratta di prodotti creati con investimenti minimi e col massimo ritorno sull'investimento.

#### **Cosa serve per uscire dalla crisi?**

Investire, internazionalizzare e strutturarsi. E poi, come diceva Steve Jobs, bisogna costantemente cercare nuove opportunità: "keep looking, don't settle".

#### **Come sarà il "mondo" dopo la crisi? Che cosa ti aspetti nei prossimi mesi/anni?**

La crisi dei mercati finanziari e delle economie mondiali ha messo seriamente in discussione modelli che avevamo dato per scontati. Nei prossimi anni non ci sarà alcuna crescita, né in Italia, né tanto meno in Europa (Germania compresa). Anche gli Stati Uniti arrangeranno. Ci aspetta un periodo molto duro. Sopravvivere in un quadro così desolante vuol dire avere il coraggio di uscire dai propri confini nazionali, guardare alle economie emergenti (Brasile, Russia, India, Cina e l'Asia in generale) e sfruttare le opportunità che ci offrono le nuove tecnologie per trovare soluzioni "creative" alla recessione. Insomma, mai come oggi gli imprenditori devono tirar fuori un po' di follia e la rabbia necessaria per aggredire il mercato. Stay hungry, stay foolish...

23-3-2012

LINK ALL'ARTICOLO:

[www.eccellere.com/public/rubriche/attualita/Intervista Emiliano Carlucci-296.asp](http://www.eccellere.com/public/rubriche/attualita/Intervista%20Emiliano%20Carlucci-296.asp)

I testi rimangono proprietà intellettuale e artistica dei rispettivi autori. 2010 -



I contenuti di **Eccellere** sono concessi sotto la **Licenza Creative Commons Attribuzione - Non commerciale 3.0 Unported**. Ulteriori informazioni sono disponibili alla pagina **Note legali** ([www.eccellere.com/notelegali.htm](http://www.eccellere.com/notelegali.htm)).