

Al via «Imprese Vincenti», l'iniziativa nata in collaborazione con Bain&Company, Elite e Gambero Rosso

Intesa Sanpaolo valorizza le pmi

Supporto strategico, corsi di formazione e workshop

DI GIOVANNI GALLI

Prende il via la prima edizione del programma «Imprese Vincenti» di Intesa Sanpaolo per la valorizzazione delle piccole e medie imprese. L'obiettivo è strutturare programmi di accompagnamento alla crescita e dare visibilità alle tante aziende che, in tutta Italia, rappresentano un esempio di eccellenza imprenditoriale e del made in Italy.

In questa iniziativa Intesa Sanpaolo sarà affiancata da Bain&Company, Elite e Gambero Rosso, così da mettere a disposizione delle aziende selezionate per «Imprese Vincenti» strumenti di supporto alla crescita come advisory dedicati alla comprensione del posizionamento strategico dell'azienda sul proprio mercato di riferimento e all'identificazione di possibili linee guida per lo sviluppo, confronto con la community Elite, possibilità di confronto con best practice internazionali e partecipazione a corsi di formazione, workshop o sessioni dedicate su tematiche di carattere strategico. Nei percorsi di accompagnamento alla crescita di «Imprese Vincenti» verranno messe a disposizione anche tutte le competenze di Intesa Sanpaolo Forvalue, Intesa Sanpaolo Formazione e Intesa Sanpaolo Innovation Center.

Secondo un'analisi predisposta dalla Direzione Studi e Ricerche di Intesa Sanpaolo le piccole e medie imprese italiane sono un fattore chiave della competitività del nostro Paese: a esse si deve il 50% delle nostre esportazioni manifatturiere. Grazie alle strette relazioni sui territori e nelle filiere tra fornitori e aziende capo-filiera, il modello italiano ha retto la forte pressione concorrenziale dei Paesi emergenti, tanto che il saldo manifatturiero pari a oltre 90 miliardi di euro è su livelli tra i più elevati al mondo. L'Italia è inoltre al primo posto a livello mondiale per diversificazione dell'export manifatturiero, superiore a quello che caratterizza Stati Uniti, Germania, Cina, Giappone, Francia e Regno Unito.

Negli ultimi anni si è fatta più numerosa la quantità di imprese vincenti («champions») che ha puntato su un insieme di strategie evolute in termini di internazionalizzazione, innovazione, qualità

e sostenibilità ambientale. Queste imprese hanno creato occupazione, valorizzando competenze e talenti e raggiungendo risultati significativi in termini di crescita e solidità patrimoniale.

Di fronte al rallentamento in atto, occorre rafforzare ulteriormente i fattori alla base di questi successi con una maggiore diffusione di queste leve strategiche. Saranno cruciali: investimenti materiali e immateriali, creazione di startup, formazione, rinnovo generazionale, crescita dimensionale.

Alle pmi che rappresentano una vera e propria ricchezza per l'economia e

il territorio si rivolge «Imprese Vincenti», un programma di valorizzazione che nasce dalla volontà di Intesa Sanpaolo di proporsi come punto di riferimento non solo finanziario per le imprese italiane, che hanno bisogno di credito ma anche di molte altre forme di supporto e di competenze. Sono realtà che rappresentano il cuore del tessuto economico nazionale,

che riescono a reinventarsi e adattarsi al contesto di riferimento e che sono capaci di crescere puntando su un insieme di strategie evolute in termini di internazionalizzazione, innovazione, valorizzazione delle competenze e dei talenti del proprio capitale umano.

Possono candidarsi al programma «Imprese Vincenti» tutte le aziende che si riconoscono rappresentative dell'eccellenza nazionale nell'industria, nei servizi, nel food&beverage, nella moda e nel design. L'autocandidatura, da presentare entro l'11 marzo 2019 compilando il questionario online su www.intesasampaolo.com, è aperta ad imprese sia pubbliche che private, a prevalente capitale italiano e non appartenenti a gruppi multinazionali, che abbiano registrato buone performance economiche e finanziarie e che abbiano un fatturato compreso fra 2 e 350 milioni di euro, almeno 10 dipendenti e sede legale in Italia.

Le imprese che più delle altre si saranno distinte per la capacità di crescere investen-

do su fattori chiave specificati nel bando di partecipazione, quali ricerca e sviluppo, internazionalizzazione ed attenzione ai dipendenti, saranno invitate a partecipare ad una serie di 8 eventi in tutta Italia che avranno luogo tra maggio e giugno e che daranno visibilità e voce ai territori ed alle aziende che ne fanno parte.

Un ulteriore riconoscimento sarà riservato alle «storie di successo» maggiormente rappresentative dei valori e delle qualità di eccellenza italiana, nell'ambito di un evento finale che si terrà nel corso del mese di settembre 2019.

«Le aziende oggi affrontano un contesto globale

complesso e hanno bisogno di credito, di consulenza, di finanza strutturata, di analisi di mercato, di strategie di crescita», ha detto **Stefano Barrese**, responsabile di Banca dei Territori Intesa Sanpaolo. «Intesa Sanpaolo è il loro partner ideale nei percorsi di sviluppo sia domestico che internazionale, nella ricerca e innovazione, nella

formazione. Con «Imprese Vincenti» vogliamo sostenere le migliori pmi a fare conoscere se stesse e le loro storie di eccellenza, che contribuiscono allo sviluppo del paese e diffondono con successo il made in Italy. Negli otto eventi che realizzeremo in tutta Italia daremo voce alle esperienze eccezionali di imprenditoria che possono essere un vero e proprio traino per altre storie aziendali di successo».

Secondo **Roberto Frazzitta**, partner di Bain & Company, «con «Imprese Vincenti» vogliamo promuovere i valori su cui basiamo il nostro lavoro quotidiano, accompagnando gli imprenditori e le loro aziende nelle sfide continue di crescita e di sviluppo strategico. Siamo profondamente convinti che, se alle capacità imprenditoriali e di eccellenza di prodotto tipiche del made in Italy si affiancherà un'accresciuta volontà di investire per l'innovazione e per l'internazionalizzazione, le nostre imprese saranno ancora più in grado di puntare alla leadership nei loro mercati di riferimento».

«Abbiamo aderito con entusiasmo al programma «Imprese Vincenti» perché in linea con le esigenze del nostro Paese di valorizzare,

tramite la selezione, la formazione e la promozione, le eccellenze del made in Italy», ha affermato **Paolo Cuccia**, presidente di Gambero Rosso. «Questa è peraltro la mission strategica del Gambero Rosso. Grazie a questo programma e alla nostra piattaforma multimediale e multicanale collaboreremo con le aziende meritevoli per aiutarle nel processo di crescita nazionale e, in particolare, nell'export».

«Siamo orgogliosi di supportare il Gruppo Intesa Sanpaolo in questa iniziativa che ha l'obiettivo di dare fiducia e opportunità di crescita e visibilità alle imprese di qualità del nostro Paese», ha aggiunto **Luca Peyrano**, ceo di Elite. «La Partnership tra Elite e il Gruppo Intesa Sanpaolo, avviato lo scorso anno facendo leva sul modello della Lounge, si rafforza ulteriormente grazie a Imprese Vincenti. Saremo al fianco di Intesa Sanpaolo nelle otto tappe previste dal progetto per incontrare aziende ambiziose e supportarle mettendole in contatto con la community internazionale di Elite - London Stock Exchange Group».



Stefano Barrese



Paolo Cuccia



Roberto Frazzitta



Luca Peyrano

BREVI

Nestlé Italia, a Kron la direzione marketing consumer communication. Manuela Kron, direttore corporate affairs del Gruppo Nestlé in Italia, assume anche la direzione della funzione marketing consumer communication con un focus particolare sull'e-business. Con il nuovo incarico, Kron dirige un team di circa 50 professionisti con l'obiettivo di sviluppare piani integrati di comunicazione, finalizzati al raggiungimento dei target di business.

Tim lancia il checkup gratuito per tutti i dipendenti. Tim conferma l'attenzione verso il benessere e la salute dei propri dipendenti e lancia una campagna di prevenzione che prevede un checkup gratuito per gli over 45. Si tratta dell'iniziativa «Health Care per Noi», il programma biennale che permetterà da febbraio di usufruire gratuitamente del checkup sanitario personalizzato, sulla base delle proprie esigenze, nell'ambito di un percorso di prevenzione definito e differenziato per sesso ed età.

Il brand 3 in campo con il Bari Calcio. Wind Tre, azienda guidata da Jeffrey Hedberg, è al fianco della Ssc Bari con

la presenza del brand 3 nello stadio San Nicola, accanto a quello della società calcistica biancorossa fin dalla prima partita del campionato che sta disputando. Tutti gli abbonati Ssc Bari potranno attivare l'esclusiva «All-In Biancorossi Edition» presentandosi nei punti vendita 3 con un abbonamento in corso di validità. L'offerta prevede minuti illimitati e 60 GB al costo di 7,99 euro al mese, con il servizio Giga Bank incluso.

Mandarin Oriental si unisce ad Abercrombie & Kent. Mandarin Oriental Hotel Group ha annunciato una partnership con il tour operator di lusso Abercrombie & Kent per offrire una serie di esperienze esclusive soggiornando negli hotel Mandarin Oriental selezionati in tutto il mondo. Le offerte variano dai tour culinari a quelli dedicati al mondo della moda, dell'arte o dello sport e avventura. Ognuna di queste è ideata per concedere agli ospiti un accesso unico alle atmosfere locali, come un tour alla scoperta dello street food di Bangkok, i posti migliori per una partita dei New York Knicks con l'incontro dei giocatori, oppure seguire le orme dei reali in un tour privato nel Palazzo di Versailles.