

L'ADIGEwww.giornaleadige.it[homepage](#) : [articolo](#) : [stampa](#)

Gruppo Manni vince il Premio Assiteca 2011

di [Redazione Web](#) (del 16/11/2011 @ 17:20:09, Sezione [Economia](#))

Il veronese Gruppo Manni si aggiudica per la categoria Grandi Imprese, l'edizione 2011 del premio Assiteca, il primo premio in Italia dedicato alle aziende che investono nella gestione del rischio. Promossa da uno dei principali gruppi di brokeraggio assicurativo, l'iniziativa si basa sulla realizzazione di un'indagine, strutturata con il supporto di un autorevole Comitato Tecnico Scientifico, funzionale a inquadrare il grado di preparazione delle aziende italiane sul tema della gestione del rischio e propedeutica all'attribuzione del premio. Il focus di approfondimento dell'indagine per l'edizione 2011 del Premio Assiteca è stato sul rischio crediti commerciali, ambito in cui il gruppo Manni di Verona si è distinto per eccellenza gestionale. La capacità di assumersi i rischi e saperli gestire è da sempre l'essenza fondamentale dell'attività imprenditoriale e una componente irrinunciabile del management d'impresa, ancor più oggi nell'attuale contesto economico e finanziario. "Siamo soddisfatti per l'ottenimento di questo prestigioso riconoscimento – dichiara Fabio Galli, Credit Manager di Gruppo Manni; dobbiamo ringraziare tutti coloro che negli ultimi quattro anni hanno autorizzato, con lungimiranza, investimenti importanti nell'area del Credit Management." "Oggi abbiamo strumenti e regole condivise che ci permettono di affrontare nel migliore dei modi le difficoltà di un mercato sempre più competitivo e complesso " aggiunge il Dott. Enrico Frizzera, Amministratore Delegato Gruppo Manni Hp. Con un fatturato 2010 di 508,81 milioni (+ 23,6% rispetto all'anno precedente), il Gruppo Manni è oggi una realtà primaria nel campo siderurgico, nel settore degli elementi pre-lavorati in acciaio, nella produzione di pannelli coibentati per coperture e pareti e nella realizzazione di impianti fotovoltaici chiavi in mano. Già nell'edizione dello scorso anno era arrivato in finale: non resta che attendere l'ufficializzazione del premio che si terrà a Milano il 30 novembre ed il 1° dicembre durante il Management Forum. www.gruppomanni.it

giornaleadige.it © Copyright 1999-2011 Tutti i diritti riservati. - [Privacy](#)

IMPRESE. Leader nella prelaborazione acciaio



Giuseppe Manni



Enrico Frizzera

Il gruppo Manni si aggiudica il premio Assiteca

Distinto per eccellenza gestionale
Era già in finale lo scorso anno

Il Gruppo Manni HP, leader nella prelaborazione dell'acciaio e presieduto da Giuseppe Manni, si è aggiudicato il primo Premio Assiteca 2011, dedicato alle imprese che investono nella gestione del rischio, per la categoria Grandi Imprese.

Il focus di approfondimento dell'indagine per l'edizione 2011 del Premio Assiteca è stato sul rischio dei crediti commerciali, ambito in cui il gruppo Manni si è distinto per eccellenza gestionale e fondamentale nell'attuale contesto economico e finanziario.

«Siamo soddisfatti per l'ottenimento di questo prestigioso riconoscimento», ha commentato Fabio Galli, credit manager di Gruppo Manni, «dobbiamo ringraziare quanti negli ultimi quattro anni hanno autorizzato, con lungimiranza, investimenti importanti nell'area del Credit Manage-

ment».

«Oggi abbiamo strumenti e regole condivise», ha aggiunto Enrico Frizzera, a.d. Gruppo Manni Hp, «che ci permettono di affrontare nel migliore dei modi le difficoltà di un mercato sempre più competitivo e complesso».

Con un fatturato 2010 di 508,81 milioni (+23,6% rispetto all'anno precedente), il Gruppo Manni è oggi una realtà primaria nel campo siderurgico, nel settore degli elementi pre-lavorati in acciaio, nella produzione di pannelli coibentati per coperture e pareti e nella realizzazione di impianti fotovoltaici chiavi in mano.

Già nell'edizione dello scorso anno era arrivato in finale, non resta che attendere l'ufficializzazione del premio che si terrà a Milano il 30 novembre ed il primo dicembre durante il Management Forum. ♦

© RIPRODUZIONE RISERVATA





NOMINATE LE AZIENDE VINCITRICI ASSITECA

Articolo scritto da mauriziozini on 18/11/2011 in BUSINESS, EVENTI & MANIFESTAZIONI, NEWS - No comments

La seconda edizione del Premio sulla gestione del rischio nelle imprese italiane ha trattato il focus Crediti Commerciali Milano, 16 novembre 2011

Sono GRUPPO MANNI (Verona, siderurgia) e HOLLISTER (Assago -MI-, presidi medicali) rispettivamente per la categoria Grandi Imprese e Piccole Medie Imprese, le aziende vincitrici dell'edizione 2011 del Premio Assiteca "La Gestione del rischio nelle Imprese Italiane: procedure, strumenti e soluzioni a tutela dei crediti commerciali". Iniziativa unica in Italia, il riconoscimento, giunto alla seconda edizione, è stato istituito da Assiteca, primario gruppo italiano di brokeraggio assicurativo, con l'obiettivo di premiare le aziende che investono nella gestione dei rischi. La rosa delle finaliste comprendeva tra le Grandi Imprese BIRRA PERONI (Roma, beverage) e MAGGIORE RENT (Roma, autonoleggio); tra le PMI IRRITEC & SIPLAST (Rocca Di Capri Leone -ME-, sistemi di irrigazione) e CULTRARO AUTOMAZIONE ENGINEERING (Rivoli - TO-, automazione industriale). Le due Aziende vincitrici presenteranno le loro best practices al Workshop del 30 novembre che si terrà nell'ambito del Top Management Forum 2011 organizzato da Knowità e riceveranno il Premio nella sessione plenaria del 1 dicembre. Quest'anno guest speaker dell'evento sarà Renée Mauborgne, uno dei maggiori esperti mondiali di business strategy, innovazione e creazione di ricchezza nell'economia della conoscenza. L'indagine promossa per l'edizione 2011 del Premio ha indagato come le aziende italiane siano organizzate e strutturate per gestire il rischio crediti commerciali: quali le procedure attivate, quali gli strumenti utilizzati e le soluzioni adottate. Le 269 imprese che hanno risposto al questionario si distribuiscono abbastanza equamente tra Grandi Imprese (45%) e Piccole Medie Imprese (55%), per lo più appartenenti al settore dell'industria (67%), dei servizi (18%) e del commercio (16%). Dai primi risultati dell'indagine scopriamo che ben il 72% delle imprese si sono organizzate per affrontare la gestione del rischio creando al loro interno una struttura interamente dedicata alla gestione dei crediti commerciali. Nel 72% delle aziende la struttura riporta alla direzione amministrativo-finanziaria, per il 9% alla direzione commerciale e, il restante 19% ha posto la struttura direttamente sotto la direzione generale mostrando così una acuta sensibilità al problema. E' stato poi evidenziato come il processo di gestione del rischio credito all'interno delle aziende intervistate sia abbastanza strutturato e formalizzato: ben il 60% del campione afferma che in azienda è presente un processo di gestione e monitoraggio della clientela interamente regolato da una procedura standard al fine di prevenire i rischi finanziari e minimizzare le perdite su crediti. Il processo di gestione della clientela nelle aziende intervistate. Da rilevare infine che tra le aziende che dichiarano di adottare uno o più strumenti di prevenzione del rischio credito la maggior parte sono piccole e medie imprese. Infatti, sono il 41% le PMI che dichiarano di adottare o un solo strumento di tutela dal rischio di insolvenza (25%) o due o più strumenti (16%), contro una percentuale totale del 36% per le grandi imprese (suddivisa nell'11% per il primo caso e nel 25% per il secondo). L'utilizzo di strumenti di prevenzione del rischio credito nelle aziende italiane: un confronto tra GI e PMI Il report più completo con i risultati dell'indagine sarà presentato e distribuito al Top Management Forum nel corso Workshop dedicato alla funzione Amministrazione e Finanza del 30 novembre.

0

Tweet

Share

Il Gruppo ASSITECA nasce nel 1982 a Milano per iniziativa di alcuni professionisti del settore e rappresenta oggi una delle maggiori realtà imprenditoriali nel mondo del Brokeraggio Assicurativo. In Italia la presenza in 19 tra le maggiori città e la conoscenza delle particolarità territoriali garantiscono alle aziende Clienti la massima attenzione nel soddisfare ogni esigenza. In Europa Assiteca è presente con 3 uffici diretti in Spagna e, attraverso EOS RISQ, gruppo internazionale di brokeraggio assicurativo, può contare su una presenza in tutto il mondo. Un successo che tradotto in cifre "raccolge" 420 milioni di euro di premi intermediati.

Per ulteriori informazioni www.premioassiteca.it

Ufficio Stampa Avdm & Partners Communication Cinzia Rovida Phone 0039 338 1665430 cr@avdmpartners.eu



2_COMUNICATO_VINCITRICI[1].pdf

0

Digg

0 saves

Save

Se ti è piaciuto questo articolo [lascia un commento](#) oppure [iscriviti agli RSS feed](#) per avere tutti i nostri articoli direttamente nel tuo reader RSS.

Articolo **pubblicato** da
EASY NEWS PRESS AGENCY



Economic Indicator

In Italia

News Internazionali

Market Report

Cerca News

MF Dow Jones - Economic Indicator



0



[Google](#) | [OKNotizie](#) | [Delicious](#) | [Commenta su Facebook](#)

Imprese: Manni e Hollister vincono premio Assiteca 2011

Dowjones

MILANO (MF-DJ)--Il gruppo Manni e Hollister hanno vinto l'edizione 2011 del premio Assiteca "La Gestione del rischio nelle Imprese Italiane: procedure, strumenti e soluzioni a tutela dei crediti commerciali".

L'iniziativa, informa una nota, e' giunta alla seconda edizione ed e' stata istituita da Assiteca con l'obiettivo di premiare le aziende che investono nella gestione dei rischi. Le due aziende vincitrici presenteranno le loro best practices al Workshop del 30 novembre che si terra' nell'ambito del Top Management Forum 2011 organizzato da Knowita' e riceveranno il premio nella sessione plenaria del 1* dicembre. com/lab

(END) Dow Jones Newswires

November 17, 2011 11:30 ET (16:30 GMT)

Copyright (c) 2011 MF-Dow Jones News Srl.

Premio Assiteca 2011

Manni vince nella categoria Grandi Imprese


17-11-2011 -

Importante riconoscimento per il **Gruppo Manni**. La società veronese, infatti, si è aggiudicata il **Premio Assiteca 2011** nella categoria Grandi Imprese. Il riconoscimento, istituito da Assiteca per premiare le aziende che investono nella gestione dei rischi, è andato a Manni che ha battuto in finale Birra Peroni e Maggiore Rent. Nella categoria PMI, invece, ha trionfato Hollister (Assago, MI, presidi medicali). La consegna dei riconoscimenti avverrà durante il *Top Management Forum 2011*, che si terrà il prossimo primo dicembre a Milano.

s.f.

© Siderweb 2011. Tutti i diritti riservati.



Segui le notizie su Facebook  

News!  Consiglia questo sito su G

Categorie Notizie

- + Ambiente e Natura
- + Animali
- + Architettura e Edilizia
- + Arte
- + Attualità
- + Auto e Moto
- + Benessere
- + Calcio
- + Ciclismo
- + Cinema
- + Cronaca
- + Cucina
- + Cultura e Spettacolo
- + Dal Mondo
- + Divertimento
- + Economia
- + Formula 1
- + Gay
- + Golf
- + Gossip
- + Guide Manuali
- + Hitech e Scienza
- + Intrattenimento
- + Lavoro
- + Legge e Diritto
- + Libri
- + Lusso

 NOTIZIE *Mister-X*

Il gruppo Manni si aggiudica il premio Assiteca - giovedì 17 novembre 2011

Fonte: **L'Arena.it**

Orario: 12.13

Data: (giovedì 17 novembre 2011)

Categoria: *Economia*

Web Site: <http://www.larena.it/>



IMPRESA. Leader nella prelaborazione acciaio Distinto per eccellenza gestionale Era già in finale lo scorso anno

[Leggi l'articolo Completo \(link esterno\) >>](#)



0



News > **Notizie**

www.steelorbis.com | Telefono: +39 (030) 3762340 | Fax: +39 (030) 6585104

» **Gruppo Manni vincitore del Premio Assiteca 2011**

[Come riportato precedentemente](#), a fine ottobre il Gruppo Manni HP S.p.A. era stato selezionato tra i finalisti per la categoria "Grandi Imprese" del Premio Assiteca 2011.

Recentemente è stato annunciato che l'azienda siderurgica veronese si è aggiudicata il riconoscimento in questione, intitolato "*La gestione del rischio nelle imprese italiane: procedure, strumenti e soluzioni a tutela dei crediti commerciali*", avendo la meglio su Birra Peroni e Maggiore Rent, le altre due aziende nella rosa delle finaliste.

Nella categoria "Piccole-Medie Imprese", ha vinto invece Hollister, azienda che produce e commercializza presidi medicali.

Le due aziende vincitrici presenteranno le loro best practice al Workshop del 30 novembre che si terrà nell'ambito del Top Management Forum 2011 organizzato da Knowità e riceveranno il Premio nella sessione plenaria del 1 dicembre.

<17.11.2011, giovedì>

IMPRESA: MANNI E HOLLISTER VINCONO PREMIO ASSITECA 2011

MILANO (MF-DJ)--Il gruppo Manni e Hollister hanno vinto l'edizione 2011 del premio Assiteca "La Gestione del rischio nelle Imprese Italiane: procedure, strumenti e soluzioni a tutela dei crediti commerciali". L'iniziativa, informa una nota, e' giunta alla seconda edizione ed e' stata istituita da Assiteca con l'obiettivo...

Quotazioni Borsa
News d'agenzia
Mf-Dow Jones
Caldissime MF
Focus Ipo
Commenti Borsa
Comm. Borse Estere
Indici Borse estere
Fondi comuni
Euro e valute
Tassi
Fisco
Petrolio
In collaborazione con 

MF-Dow Jones News

[Indietro](#)

Imprese: Manni e Hollister vincono premio Assiteca 2011

17/11/2011 17.30

MILANO (MF-DJ)--Il gruppo Manni e Hollister hanno vinto l'edizione 2011 del premio Assiteca "La Gestione del rischio nelle Imprese Italiane: procedure, strumenti e soluzioni a tutela dei crediti commerciali".

L'iniziativa, informa una nota, e' giunta alla seconda edizione ed e' stata istituita da Assiteca con l'obiettivo di premiare le aziende che investono nella gestione dei rischi. Le due aziende vincitrici presenteranno le loro best practices al Workshop del 30 novembre che si terra' nell'ambito del Top Management Forum 2011 organizzato da Knowita' e riceveranno il premio nella sessione plenaria del 1* dicembre.

com/lab

(fine)
MF-DJ NEWS

Premio Assiteca 2011: nominate le aziende vincitrici

Sono GRUPPO MANNI (Verona, siderurgia) e HOLLISTER (Assago -MI-, presidi medicali) rispettivamente per la categoria Grandi Imprese e Piccole Medie Imprese, le aziende vincitrici dell'edizione 2011 del Premio Assiteca "La Gestione del rischio nelle Imprese Italiane: procedure, strumenti e soluzioni a tutela dei crediti commerciali". Iniziativa unica in Italia, il riconoscimento, giunto alla seconda edizione, è stato istituito da Assiteca, primario gruppo italiano di brokeraggio assicurativo, con l'obiettivo di premiare le aziende che investono nella gestione dei rischi.

La rosa delle finaliste comprendeva tra le Grandi Imprese BIRRA PERONI (Roma, beverage) e MAGGIORE RENT (Roma, autonoleggio); tra le PMI IRRITEC & SIPLAST (Rocca Di Capri Leone -ME-, sistemi di irrigazione) e CULTRARO AUTOMAZIONE ENGINEERING (Rivoli -TO-, automazione industriale). Le due Aziende vincitrici presenteranno le loro best practices al Workshop del 30 novembre che si terrà nell'ambito del Top Management Forum 2011 organizzato da Knowità e riceveranno il Premio nella sessione plenaria del 1 dicembre. Quest'anno guest speaker dell'evento sarà Renée Mauborgne, uno dei maggiori esperti mondiali di business strategy, innovazione e creazione di ricchezza nell'economia della conoscenza. L'indagine promossa per l'edizione 2011 del Premio ha indagato come le aziende italiane siano organizzate e strutturate per gestire il rischio crediti commerciali: quali le procedure attivate, quali gli strumenti utilizzati e le soluzioni adottate. Le 269 imprese che hanno risposto al questionario si distribuiscono abbastanza equamente tra Grandi Imprese (45%) e Piccole Medie Imprese (55%), per lo più appartenenti al settore dell'industria (67%), dei servizi (18%) e del commercio (16%). Dai primi risultati dell'indagine scopriamo che ben il 72% delle imprese si sono organizzate per affrontare la gestione del rischio creando al loro interno una struttura interamente dedicata alla gestione dei crediti commerciali. Nel 72% delle aziende la struttura riporta alla direzione amministrativa finanziaria, per il 9% alla direzione commerciale e, il restante 19% ha posto la struttura direttamente sotto la direzione generale mostrando così una acuta sensibilità al problema. E' stato poi evidenziato come il processo di gestione del rischio credito all'interno delle aziende intervistate sia abbastanza strutturato e formalizzato: ben il 60% del campione afferma che in azienda è presente un processo di gestione e monitoraggio della clientela interamente regolato da una procedura standard al fine di prevenire i rischi finanziari e minimizzare le perdite su crediti. Da rilevare infine che tra le aziende che dichiarano di adottare uno o più strumenti di prevenzione del rischio credito la maggior parte sono piccole e medie imprese. Infatti, sono il 41% le PMI che dichiarano di adottare o un solo strumento di tutela dal rischio di insolvenza (25%) o due o più strumenti (16%), contro una percentuale totale del 36% per le grandi imprese (suddivisa nell'11% per il primo caso e nel 25% per il secondo). Il report più completo con i risultati dell'indagine sarà presentato e distribuito al Top Management Forum nel corso Workshop dedicato alla funzione Amministrazione e Finanza del 30 novembre.

Questo Articolo proviene da ASEFIBrokers.com (<http://161.58.206.233/asefi>)
L'URL per questa storia è: (<http://admapdot.tempdomainname.com/php/asefi/Content.php?op=view&id=12521>)

ASSITECA

■ *Il Gruppo Manni di Verona (siderurgia) e la Hollister di Assago (presidi medicali) si sono aggiudicate, rispettivamente per la categoria Grandi Imprese e Piccole Medie Imprese, l'edizione 2011 del Premio Assiteca.*





News search

What's maSaneWS

FAQ

Report errors

All categories

Attualità e politica ←

Business ←

Casa e arredamento ←

Cucina ←

Cultura ←

Intrattenimento e tempo libero ←

Motori ←

Musica ←

Persone ←

Società ←

Sport ←

Tecnologia ←

Viaggi ←

Most Viewed ←

LILLA INTER STREAMING GRATIS DI RETTA LIVE CHAMPIONS LEAGUE Il Bloggatore

NAPOLI BAYERN MONACO STREAMING GRATIS DI RETTA LIVE CHAMPIONS LEAGUE Il Bloggatore

Ip Man 3 - The Legend is Born (2010) DVDRip - Sub - ITA Il Bloggatore

La rete impazza per il Link Streaming I Soliti Idiotti Il Bloggatore

Belen Rodriguez video scandalo: dopo Scarlett Johansson un'altra vittima del web Blogosfere Style & Fashion

Ferrari 458 Challenge, un mito di corsa Motori24 - Il Sole 24 ORE

[Business.]

0

Vota

Gruppo Manni HP vince il Premio Assiteca 2011

Le news di edilportale.com: notizie e normativa tecnica sull'edilizia italiana
21/11/2011 06:00:00

Gruppo Manni HP vince il Premio Assiteca 2011



21/11/2011 - Gruppo Manni si aggiudica per la categoria Grandi Imprese, l'edizione 2011 del premio Assiteca, il primo premio in Italia dedicato alle aziende che investono nella gestione del rischio. Promossa da uno dei principali gruppi di brokeraggio assicurativo, l'iniziativa si basa sulla realizzazione di un'indagine, strutturata con il supporto di un autorevole Comitato Tecnico Scientifico, funzionale a inquadrare il grado di preparazione delle aziende italiane sul tema

Register

Do you want to create a maSaneWS newspaper? Register, you'll be able to choose the sources you want to add articles, send it to friends.

Register

Crea il tuo maSaneWS giornaliero

con le notizie di tuo interesse



Login

Do you already have a maSaneWS newspaper? Login to manage your maSaneWS newspaper, add news sources to your maSaneWS newspaper, then send it to your contacts!

E-mail:

Password:



HOT TAGS

Day

Week

il giorno lecce
salerno caserta
del mezzogiorno popolo del
centro destra sport la stampa
arezzo ferrara livorno
genova il secolo
levante savona
imperia quotidiani
cronaca notizie quotidiani attualità
educazione società politica
lo sport notizie sportive sport gar



Premio Assiteca 2011: nominate le aziende vincitrici

LUNEDÌ 21 NOVEMBRE 2011 10:51 |



Gruppo Manni (Verona, siderurgia) e Hollister (Assago -MI-, presidi medicali) sono le aziende vincitrici dell'edizione 2011 del Premio Assiteca "La Gestione del rischio nelle Imprese Italiane: procedure, strumenti e soluzioni a tutela dei crediti commerciali". Le aziende rientrano, rispettivamente per la categoria Grandi Imprese e Piccole Medie Imprese.

Iniziativa unica in Italia, il riconoscimento, giunto alla seconda edizione, è stato istituito da Assiteca, primario gruppo italiano di brokeraggio assicurativo, con l'obiettivo di premiare le aziende che investono nella gestione dei rischi. La rosa delle finaliste comprendeva tra le Grandi Imprese Birra Peroni (Roma, beverage) e Maggiore Rent (Roma, autonoleggio); tra le PMI Irritec & Siplast (Rocca Di Capri Leone -ME-, sistemi di irrigazione) e Cultraro Automazione Engineering (Rivoli - TO-, automazione industriale).

Le due aziende vincitrici presenteranno le loro best practices al

Workshop del 30 novembre che si terrà nell'ambito del Top Management Forum 2011 organizzato da Knowità e riceveranno il Premio nella sessione plenaria del 1 dicembre. Quest'anno guest speaker dell'evento sarà Renée Mauborgne, uno dei maggiori esperti mondiali di business strategy, innovazione e creazione di ricchezza nell'economia della conoscenza.

L'indagine promossa per l'edizione 2011 del Premio ha indagato come le aziende italiane siano organizzate e strutturate per gestire il rischio crediti commerciali: quali le procedure attivate, quali gli strumenti utilizzati e le soluzioni adottate. Le 269 imprese che hanno risposto al questionario si distribuiscono abbastanza equamente tra Grandi Imprese (45%) e Piccole Medie Imprese (55%), per lo più appartenenti al settore dell'industria (67%), dei servizi (18%) e del commercio (16%).

Dai primi risultati dell'indagine scopriamo che ben il 72% delle imprese si sono organizzate per affrontare la gestione del rischio creando al loro interno una struttura interamente dedicata alla gestione dei crediti commerciali.

Nel 72% delle aziende la struttura riporta alla direzione amministrativo-finanziaria, per il 9% alla direzione commerciale e, il restante 19% ha posto la struttura direttamente sotto la direzione generale mostrando così una acuta sensibilità al problema. E' stato poi evidenziato come il processo di gestione del rischio credito all'interno delle aziende intervistate sia abbastanza strutturato e formalizzato: ben il 60% del campione afferma che in azienda è presente un processo di gestione e monitoraggio della clientela interamente regolato da una procedura standard al fine di prevenire i rischi finanziari e minimizzare le perdite su crediti.

© Trasporti-Italia.com - Riproduzione riservata

[Leggi gli altri articoli della categoria: Prodotto](#)

302.304 iscritti | registrati | login

Facebook 28.458

Twitter 696



archiportale archiproducts archilovers' BLOCCHIC&D



document.write(")

CAM2 Focus^{3D}. Il mio one touch Scanner 3D.
[Home](#) | [News e Servizi](#) | [Prodotti e Aziende](#) | [Normativa](#) | [Software](#) | [Libri](#) | [Lavoro](#) | [Forum](#) | [Gli speciali tecnici](#) |
[Archivio Prodotti](#) | [Archivio Aziende](#) | [Dossier Tecnici](#) | [News dalle Aziende](#) | [Naviga per Categorie](#)

 Soluzioni per le Strutture Sanitarie [Clini'Safe](#) [Clini'Clean](#) [Clini'Care](#)

News - AZIENDE

Gruppo Manni HP vince il Premio Assiteca 2011

Per la categoria Grandi Imprese, il Gruppo leader nel mercato siderurgico è stato insignito del prestigioso riconoscimento per le aziende italiane che si distinguono in tema di risk management

Letto 80 volte

21/11/2011 - Gruppo Manni si aggiudica per la categoria Grandi Imprese, l'edizione 2011 del premio Assiteca, il primo premio in Italia dedicato alle aziende che investono nella gestione del rischio.



Promossa da uno dei principali gruppi di brokeraggio assicurativo, l'iniziativa si basa sulla realizzazione di un'indagine, strutturata con il supporto di un autorevole Comitato Tecnico Scientifico, funzionale a inquadrare il grado di preparazione delle aziende italiane sul tema della gestione del rischio e propedeutica all'attribuzione del premio.

Iscriviti alla Newsletter

[Entra nell'Archivio Newsletter](#)
NEWS IN TEMPO REALE?
ISCRIVITI AI NOSTRI CANALI SOCIALI

 302.304 iscritti | [iscriviti ad Edilportale](#)

YouTube

Rss


Cerca Prodotti

Notizie correlate

- 

26/10/2011
Manni Sipre per il Verona Forum dell'Arch. Mario Bellini
- 

14/10/2011
Mannienergy per l'agriturismo 'Le Checche': un sogno nella natura
- 

30/08/2011
Mannienergy sostituisce i tetti in amianto con impianti fotovoltaici
- 

08/06/2011
Chiarezza sugli incentivi con il pacchetto 'chiavi in mano' Manni Energy
- 

31/05/2011
Gruppo Manni HP chiude l'anno in positivo, ora si punta sul fotovoltaico
- 

06/04/2011
Da Gruppo Manni 'Conoscere per innovare', alla scoperta di prodotti speciali per l'edilizia
- 

01/04/2011
Gruppo Manni ha partecipato a Made in Steel

Il focus di approfondimento dell'indagine per l'edizione 2011 del Premio Assiteca è stato sul rischio crediti commerciali: quali le procedure attivate, quali gli strumenti utilizzati e le soluzioni adottate. In questo ambito il Gruppo Manni si è distinto per eccellenza gestionale. La capacità di assumersi i rischi e saperli gestire è da sempre l'essenza fondamentale dell'attività imprenditoriale e una componente irrinunciabile del management d'impresa, ancor più oggi nell'attuale contesto economico e finanziario.

“Siamo soddisfatti per l'ottenimento di questo prestigioso riconoscimento - dichiara Fabio Galli, Credit Manager di Gruppo Manni; dobbiamo ringraziare tutti coloro che negli ultimi quattro anni hanno autorizzato, con lungimiranza, investimenti importanti nell'area del Credit Management.”

“Oggi abbiamo strumenti e regole condivise che ci permettono di affrontare nel migliore dei modi le difficoltà di un mercato sempre più competitivo e complesso” aggiunge il Dott. Enrico Frizzera, Amministratore Delegato Gruppo Manni Hp.

Con un fatturato 2010 di 508,81 milioni (+ 23,6% rispetto all'anno precedente), il Gruppo Manni è oggi una realtà primaria nel campo siderurgico, nel settore degli elementi pre-lavorati in acciaio, nella produzione di pannelli coibentati per coperture e pareti e nella realizzazione di impianti fotovoltaici chiavi in mano.

Già nell'edizione dello scorso anno era arrivato in finale: non resta che attendere l'ufficializzazione del premio che si terrà a Milano il 30 novembre ed il 1° dicembre durante il Management Forum.

[GRUPPO MANNI HP su Edilportale.com](#)

[MANNI SIPRE su Edilportale.com](#) (riproduzione riservata)

Consiglia questa notizia ai tuoi amici

Inserisci un commento alla news

Non hai un account Facebook? [Clicca qui](#)



Edilportale.com su Facebook

Più lette

Più commentate

- Articolo letto 20234 volte
 Via le tariffe minime e spazio alle Società tra professionisti
- Articolo letto 18900 volte
 Via libera definitivo del Parlamento alla legge di Stabilità
- Articolo letto 15988 volte
 Soggetti a Irapp anche i professionisti con strutture di modesta entità
- Articolo letto 15072 volte
 Sviluppo, più veloce il permesso di costruire con silenzio assenso
- Articolo letto 14512 volte
 Professioni, la lettera di Berlusconi promette liberalizzazioni

Per visualizzare correttamente la pagina è necessario abilitare i javascript.

Se non sai come fare scopri lo selezionando il tuo browser dalla lista presente qui di seguito:

- o Microsoft Internet Explorer
- o Mozilla Firefox
- o Apple Safari
- o Netscape Navigator
- o America Online (AOL)



ASSINEWS.it

Il portale del sapere assicurativo

NEWS OGGI LA STAMPA OGGI ASSINEWS RISCHIO SANITA' FORMAZIONE CONSULENZA APPALTI ANNUNCI MULTIMEDIA ESHOP

Chi siamo Contatti AssineWS Risponde Ricerca AssiNewsletter

martedì 22 novembre 2011 9.09

Seguici su   

News Oggi

Tematiche

- Rami danni
- Rami vita
- Intermediari
- Normativa
- Compagnie
- Mercati
- Prodotti
- ISVAP
- Varie
- Auto
- Giurisprudenza assicurativa

martedì 22 novembre 2011

Premio Assiteca 2011: nominate le aziende vincitrici

 Mi piace Tweet

< back

Sono GRUPPO MANNI (Verona, siderurgia) e HOLLISTER (Assago -MI-, presidi medicali) rispettivamente per la categoria Grandi Imprese e Piccole Medie Imprese, le aziende vincitrici dell'edizione 2011 del Premio Assiteca "La Gestione del rischio nelle Imprese Italiane: procedure, strumenti e soluzioni a tutela dei crediti commerciali".

Il riconoscimento, giunto alla seconda edizione, è stato istituito da Assiteca, gruppo italiano di brokeraggio assicurativo, con l'obiettivo di premiare le aziende che investono nella gestione dei rischi.



Sondaggio

Quale di questi fattori costituisce un freno allo sviluppo dell'assicurazione privata in Italia nel ramo danni?

Scarsa innovazione dei prodotti

Archivio per data

< novembre 2011 >						
lun	mar	mer	gio	ven	sab	dom
31	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30	1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11

Le notizie dal 2001 ad aprile 2011

Informazioni

0434.26136

La rosa delle finaliste comprendeva tra le Grandi Imprese BIRRA PERONI (Roma, beverage) e MAGGIORE RENT (Roma, autonoleggio); tra le PMI IRRITEC & SIPLAST (Rocca Di Capr Leone -ME-, sistemi di irrigazione) e CULTRARO AUTOMAZIONE ENGINEERING (Rivoli -TO-, automazione industriale).

Le due aziende vincitrici presenteranno le loro best practices al Workshop del 30 novembre che si terrà nell'ambito del Top Management Forum 2011 organizzato da Knowità e riceveranno il Premio nella sessione plenaria del 1 dicembre.

Quest'anno guest speaker dell'evento sarà Renée Mauborgne, uno dei maggiori esperti mondiali di business strategy, innovazione e creazione di ricchezza nell'economia della conoscenza.

L'indagine promossa per l'edizione 2011 del Premio ha indagato come le aziende italiane

info@assinews.it

siano organizzate e strutturate per gestire il rischio crediti commerciali: quali le procedure attivate, quali gli strumenti utilizzati e le soluzioni adottate.

Le 269 imprese che hanno risposto al questionario si distribuiscono abbastanza equamente tra Grandi Imprese (45%) e Piccole Medie Imprese (55%), per lo più appartenenti al settore dell'industria (67%), dei servizi (18%) e del commercio (16%).

Dai primi risultati dell'indagine scopriamo che ben il 72% delle imprese si sono organizzate per affrontare la gestione del rischio creando al loro interno una struttura interamente dedicata alla gestione dei crediti commerciali.

Nel 72% delle aziende la struttura riporta alla direzione amministrativo-finanziaria, per il 9% alla direzione commerciale e, il restante 19% ha posto la struttura direttamente sotto la direzione generale mostrando così una acuta sensibilità al problema.

E' stato poi evidenziato come il processo di gestione del rischio credito all'interno delle aziende intervistate sia abbastanza strutturato e formalizzato: ben il 60% del campione afferma che in azienda è presente un processo di gestione e monitoraggio della clientela interamente regolato da una procedura standard al fine di prevenire i rischi finanziari e minimizzare le perdite su crediti.

Da rilevare infine che tra le aziende che dichiarano di adottare uno o più strumenti di prevenzione del rischio credito la maggior parte sono piccole e medie imprese. Infatti, sono il 41% le PMI che dichiarano di adottare o un solo strumento di tutela dal rischio di insolvenza (25%) o due o più strumenti (16%), contro una percentuale totale del 36% per le grandi imprese (suddivisa nell'11% per il primo caso e nel 25% per il secondo).

Il report più completo con i risultati dell'indagine sarà presentato e distribuito al Top Management Forum nel corso Workshop dedicato alla funzione Amministrazione e Finanza del 30 novembre.

EDITORIA

Stampa oggi

News Oggi

Assinews

Assinews Risponde

Rischiosanità

Documenti

FORMAZIONE

Scuola Assicurativa Assinform

L'ISVAP e la formazione

Le soluzioni didattiche

Catalogo corsi

Formazione finanziata

eSHOP

Condizioni d'acquisto

Account personale

Abbonamenti

ALTRI SERVIZI

Consulenza

Sondaggi

Annunci professionali

La tua pubblicità su
ASSINEWS.it

COLLABORATORI

Formatori

Formatori

Informativa privacy

Assinform / Dal Cin Editore Srl - Società soggetta ad attività di direzione e coordinamento da parte di Class Editori S.p.A.
C.F. e P.I. 01233600939 Tutti i diritti riservati ASSINEWS.it Copyright ©
Capitale sottoscritto €50.000,00 i.v. - Privacy




[Login](#) | [Registrati](#)

 martedì 06 dicembre 2011
 ultimo aggiornamento 6 ore fa alle 08.00

- [Home](#)
- [Attualità](#)
- [Mercato](#)
- [Interviste](#)
- [Carriere](#)
- [Tecnologie](#)
- [Imprese](#)
- [Editoriali](#)
- [Live](#)
- [Agenda](#)
- [Blog](#)
- [Edicola](#)
- [Job](#)
- [Partner](#)
- [Convenzioni](#)
- [Sondaggi](#)
- [Formazione](#)
- [Abbonamenti](#)


 Sei in: [Home](#) > [Attualità](#) > [Intermediari](#)
[Commenta](#) [Invia ad un amico](#) [Stampa](#)

 Condividi [f](#) [t](#)

29/11/2011 - Attualità

Scelti i vincitori del premio Assiteca 2011

Riconoscimenti al Gruppo Mani e a Hollister



Sono stati selezionati i vincitori del premio Assiteca 2011, "La Gestione del rischio nelle Imprese Italiane: procedure, strumenti e soluzioni a tutela dei crediti commerciali". Quest'anno, il riconoscimento è stato assegnato al Gruppo Mani (Verona, siderurgia) e a Hollister (Assago - Milano, presidi medicali) per la categoria grandi imprese e piccole medie imprese.

Il premio, giunto alla seconda edizione, è stato istituito da Assiteca, gruppo italiano di brokeraggio assicurativo, con l'obiettivo di premiare le aziende che investono nella gestione dei rischi. Gli attestati saranno consegnati durante un workshop che si terrà mercoledì 30 novembre e giovedì 1 dicembre a Milano nell'ambito del Top Management Forum 2011 organizzato da Knowitá.

Quest'anno guest speaker dell'evento sarà **Renée Mauborgne**, uno dei maggiori esperti mondiali di business strategy, innovazione e creazione di ricchezza nell'economia della conoscenza. Durante il workshop verranno anche presentati i risultati di un'indagine svolta per capire come le aziende italiane si sono organizzate per prevenire il rischio organizzativo.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

0 commenti presenti

[Mi piace](#) [Invia](#)

Autore

Redazione

 Vota:

Commenti

Nessun messaggio presente

Aggiungi Messaggio

E' necessario effettuare il login per poter lasciare un commento!

 Se non hai ancora un account [fai click qua per effettuare una nuova registrazione](#)

Attualità

- [Ania](#)
- [Compagnie](#)
- [Finanza e mercati](#)
- [Gruppi agenti](#)
- [Intermediari](#)
- [Isvap](#)
- [Prodotti](#)
- [Varie](#)

I PIÙ VISTI | I PIÙ VOTATI

04.11.2011 - Gruppi agenti

[Come cambia il ruolo dell'agente](#)

24.10.2011 - Gruppi agenti

[Lostuzzi: "Compagnia e agenti: un rapporto di monogamia"](#)

17.10.2011 - Gruppi agenti

[L'agente? Sempre al centro del mercato, ma le compagnie devono investire](#)

12.10.2011 - Manager compagnie

[Caruso: "Cambia il mercato del lavoro, crescono le esigenze di tutela"](#)

25.10.2011 - Gruppi agenti

[Barin: "Il coraggio di cambiare davvero"](#)

Contenuti correlati

- [Attualità \(11\)](#)
- [Professione \(0\)](#)
- [Formazione \(0\)](#)
- [Consulenza a Distanza \(0\)](#)
- [TG \(0\)](#)
- [Eventi \(1\)](#)
- [Video \(2\)](#)
- [Edicola \(2\)](#)

Collegamenti sponsorizzati

Nessun contenuto disponibile

Tag cloud

[assiteca](#) [gruppo mani](#) [hollister](#)

Le aziende vincitrici della seconda edizione del Premio Assiteca

Le aziende vincitrici dell'edizione 2011 del **Premio Assiteca** "La Gestione del rischio nelle Imprese Italiane: procedure, strumenti e soluzioni a tutela dei crediti commerciali" sono **Gruppo Manni** (Verona, siderurgia) e **Hollister** (Assago -MI-, presidi medicali) rispettivamente per la categoria Grandi Imprese e Piccole Medie Imprese. Il riconoscimento, giunto alla seconda edizione, è stato istituito da Assiteca, gruppo italiano di brokeraggio assicurativo, con l'obiettivo di premiare le aziende che investono nella gestione dei rischi. Le due aziende vincitrici hanno presentato le loro best practices al Workshop che si è tenuto il 30 novembre nell'ambito del Top Management Forum 2011 organizzato da Knowità e hanno ricevuto il Premio nella sessione plenaria del 1 dicembre.

Premio alla Manni

AL MANAGEMENT

FORUM a Milano, è stato ufficialmente consegnato al Gruppo Manni, il Premio Assiteca 2011 - Categoria Grandi Imprese. Promossa da uno dei principali gruppi di brokeraggio assicurativo, l'iniziativa si è basata sull'analisi del grado di preparazione delle aziende italiane sul tema della gestione del rischio d'impresa.

Focus di approfondimento dell'indagine per l'edizione 2011 del Premio era il rischio crediti commerciali. Il gruppo Manni si è distinto come «esempio di impresa che attraverso un costante e graduale adeguamento dei propri processi interni abbinato all'introduzione di appropriati strumenti informatici e non, ha saputo implementare un eccellente modello operativo per la efficace gestione integrata del rischio crediti».

A ritirare il premio Enrico Frizzera, amministratore delegato Gruppo Manni Hp e Fabio Galli, credit manager del Gruppo.



[MANAGEMENT]

Tempi di incasso più brevi?

Agli inizi del 2009 la filiale italiana di Hollister, multinazionale statunitense che produce presidi medicali e che nel nostro Paese fattura oltre 25 milioni all'anno, aveva un grosso problema: i tempi d'incasso delle fatture erano troppo lunghi, soprattutto con enti pubblici come Asl e aziende ospedaliere. Per questo la proprietà, che fa capo a un trust creato dal fondatore John Dickinson Schneider, decise di chiamare un nuovo financial controller, **Elena Garavaglia**, manager di provata esperienza, a cui venne affidata una missione che allora sembrava quasi impossibile. Il suo compito era di ridisegnare completamente il credit management, cioè la gestione dell'intero portafoglio crediti, accelerando i tempi di incasso delle fatture e prevenendo le situazioni patologiche, come i ritardi cronici nei pagamenti o gli insoluti.

A distanza di quasi tre anni, Garavaglia e **Stefano Montagna**, il credit manager della società chiamato ad affiancarla nella sua missione, possono dire di avere raggiunto ottimi risultati: i tempi medi di incasso di Hollister sono scesi infatti da 219 a 181 giorni e, nel segmento di clientela rappresentato dagli enti pubblici, oggi sono inferiori di oltre il 20% rispetto ai concorrenti. E così, il 30 novembre, Hollister ha vinto il premio per «La gestione del rischio nelle imprese italiane», assegnato ogni anno dal broker assicurativo Assiteca e che, nel 2011, è stato dedicato alla tutela dei crediti commerciali.

Al fianco di Hollister, che ha vinto nel segmento delle piccole e medie aziende, il riconoscimento è andato anche al gruppo siderurgico Manni di Verona, di proprietà dell'omonima famiglia, che ha 900 dipendenti, 20 centri di produzione in Italia e in Europa e che, nel 2010, ha fatturato oltre 420 milioni. Anche Manni ha potuto esibire un risultato di tutto rispetto: un tempo medio di incasso delle fatture che, nello scorso esercizio, è sceso a 104 giorni, contro i 111 del 2009. «Un traguardo eccezionale, se si considera quello che sta avvenendo oggi nell'economia di tutto il mondo» dice l'amministratore delegato del gruppo, **Enrico Frizzera**, che ricorda come la

PAGAMENTI Fino a 40 giorni in meno per le fatture di Asl e ospedali. Un taglio di sette giorni per un gruppo siderurgico. Due «campioni» del credit management spiegano le loro tecniche. Vincenti anche in un periodo di crisi.
di Andrea Telara

Professionisti del rischio

Birra Peroni e Maggiore Rent (autonoleggi) tra le grandi aziende. La Cultraro Engineering di Rivoli (To), che produce sistemi di automazione industriale, e la siciliana Irritec & Siplast, specializzata nei sistemi di irrigazione, tra le piccole e medie. Sono le quattro finaliste al premio Assiteca che hanno conteso il

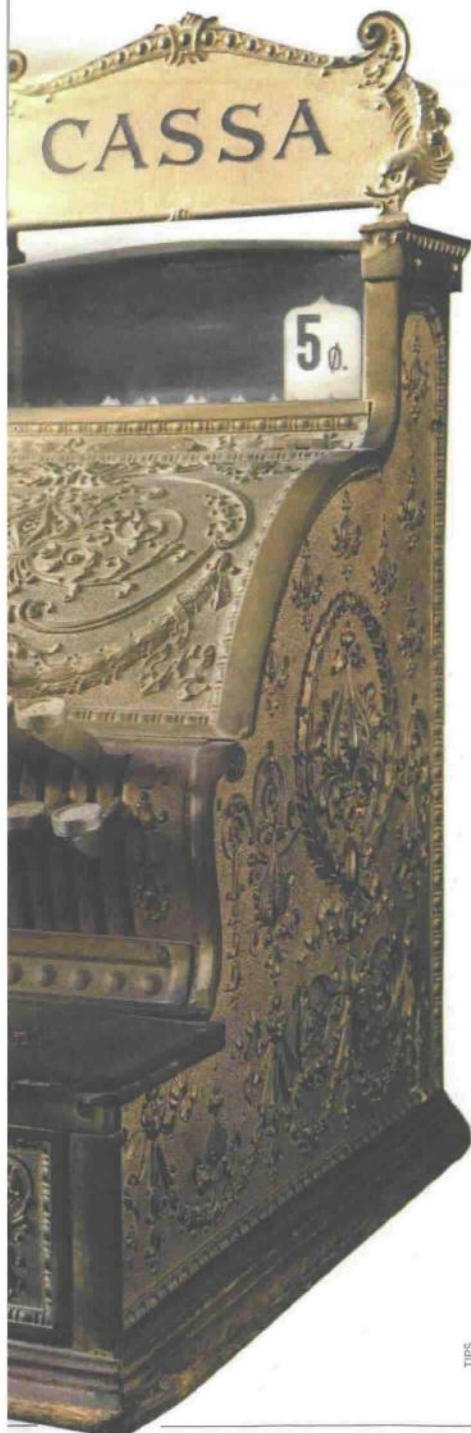
riconoscimento a Hollister e gruppo Manni. Alla seconda edizione, il premio creato dal broker assicurativo guidato da **Luciano Lucca** (foto) prende in esame di volta in volta uno specifico aspetto della vita aziendale, dove



la gestione del rischio da parte del management assume particolare importanza. «Lo scorso anno abbiamo deciso di dedicarci al tema della prevenzione degli infortuni». «Nel 2011» aggiunge Lucca «abbiamo invece voluto dedicarci alla gestione del credito, che ha assunto una particolare importanza con l'arrivo della crisi economica». Per il 2012, è intenzione del presidente di Assiteca proporre il tema del rischio ambientale e dell'inquinamento.



Missione possibile



crisi degli ultimi tre anni abbia fatto crescere le insolvenze e dilatato i tempi di pagamento. Nel 2011, per esempio, secondo la società di ricerche Cribis D&B, solo il 46% delle imprese italiane ha onorato i debiti commerciali alla naturale scadenza: un dato molto inferiore alla media europea (57%), seppure in lieve miglioramento rispetto al periodo nero del 2010, quando il tasso di imprese puntuali era addirittura al 37%. Per fronteggiare la crisi, sia Hollister che Manni hanno curato i crediti commerciali con la stessa perizia con cui un bravo banchiere gestisce gli affidamenti alla clientela, cioè senza lasciare nessun dettaglio al caso. Un attento monitoraggio dei debitori con l'acquisizione continua di dati contabili ed extracontabili, procedure standard per l'invio di eventuali solleciti e un iter ben definito per il recupero dei soldi in via giudiziale, quando la controparte inizia a dimostrarsi insolvente: sono alcune delle armi utilizzate dalle due aziende per tenere a bada i tempi di incasso delle fatture, ispirandosi sempre a una filosofia di fondo: il costante controllo dell'esposizione al rischio che, per i crediti commerciali, è una necessità imprescindibile.

«Il nostro punto di partenza» dice Garvaglia di Hollister «è stato la creazione di una struttura aziendale interamente dedicata alla gestione del credito, snella e poco costosa, con non più di 4-5 persone, ma comunque molto efficiente». Poi, la società si è impegnata in un'attenta classificazione dei clienti, in base al loro grado di rischio: le Asl particolarmente puntuali nei pagamenti, per esempio, di solito possono ricevere delle forniture di merci abbastanza consistenti, mentre l'esposizione verso i clienti più vulnerabili dal punto di vista finanziario, come alcune strutture sanitarie o i dettaglianti di piccole dimensioni, viene tenuta sempre sotto determinati livelli di guardia.

Questo stesso approccio gestionale è stato seguito dal gruppo Manni che, rispetto a Hollister, ha un portafoglio di crediti commerciali ben più frammentato, con un numero di clienti che può arrivare sino a circa 10 mila imprese. L'azienda siderurgica veronese si è dotata innanzitutto di un

complesso software che consente il monitoraggio veloce della clientela e fornisce un meccanismo di allarmi automatici, quando si verificano delle situazioni problematiche, per esempio un ritardo nei pagamenti superiore a determinati standard. «Una volta scattato l'allarme» dice il credit manager del gruppo Manni, **Fabio Galli**, «parte subito il blocco della fornitura della merce, che può essere rimosso soltanto con un articolato sistema di autorizzazioni». In questi casi, infatti, la decisione può essere presa soltanto da un comitato fidi composto da alcuni manager dell'azienda, che hanno il compito di ponderare l'esposizione creditizia verso ogni cliente. «Al di là delle procedure» dice Frizzera «l'elemento più importante per tenere sotto controllo il rischio consiste però nel far crescere la cultura del credito tra tutti i componenti dell'organico aziendale».

Non a caso, su questo tema il gruppo veronese organizza ogni anno diversi corsi di formazione, destinati anche e soprattutto a chi ha un contatto diretto col cliente: il personale commerciale che, per una naturale vocazione, spesso ha la tendenza a vendere più merce possibile, senza preoccuparsi troppo di quello che accade dopo l'emissione della fattura, cioè della puntualità dei pagamenti o del rischio di insolvenza del debitore. «Quando un cliente ha qualche problema» dice ancora Frizzera «nella nostra azienda sono invece proprio i funzionari commerciali a dare l'allarme o a fornire comunque elementi utili al management per capire cosa sta succedendo».

Queste procedure di controllo del rischio, secondo i dirigenti di Hollister e del gruppo Manni, non sono neppure particolarmente onerose perché comportano una spesa nell'ordine di qualche decina o centinaia di migliaia di euro all'anno. «Per la gestione di alcuni nostri crediti commerciali» dice per esempio Garvaglia «tre anni fa avevamo pensato di rivolgerci a una società di factoring che ci aveva fornito un preventivo di ben 400 mila euro all'anno». Facendo da soli, cioè creando una struttura dedicata al proprio interno, i manager di Hollister hanno subito capito che potevano spendere il 70% in meno. **ES**

Premio Assiteca 2011



Sono il veronese Gruppo Manni (siderurgia) e la milanese Hollister (presidi medicali), rispettivamente per la categoria Grandi Imprese e Piccole Medie Imprese, le aziende vincitrici dell'edizione 2011 del Premio Assiteca "La Gestione del rischio

nelle Imprese Italiane: procedure, strumenti e soluzioni a tutela dei crediti commerciali". L'indagine promossa per l'edizione 2011 del Premio ha indagato come le aziende italiane siano organizzate e strutturate per gestire il rischio crediti commerciali: quali le procedure attivate, quali gli strumenti utilizzati e le soluzioni adottate. Iniziativa unica in Italia, il riconoscimento, giunto alla seconda edizione, è stato istituito da Assiteca, primario gruppo italiano di brokeraggio assicurativo, con l'obiettivo di premiare le aziende che investono nella gestione dei rischi.

○ Difendersi dai rischi

Le aziende che vogliono competere devono prestare attenzione ai rischi che incombono sul loro business. Ogni anno, Assiteca, uno dei più importanti gruppi di brokeraggio assicurativo (380 milioni di premi intermediati) premia le aziende che si sono distinte nell'investire nella gestione e tutela dei rischi. Le vincitrici dell'edizione 2011, dedicata al rischio del credito commerciale, sono il gruppo Manni (siderurgia) e Hollister (presidi medicali), anche se tra i finalisti

c'erano marchi come Birra Peroni e Maggiore Rent. Nell'aggiudicare il premio, Assiteca si è basata su un questionario inviato a 269 imprese. Dall'indagine è emerso che la stragrande maggioranza delle imprese ha creato un team interno per riscuotere i pagamenti. «Il tema del 2012 — anticipa il presidente di Assiteca Luciano Lucca — sarà il rischio inquinamento»

BA. MILL.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



COME FAR ACCADERE LE COSE

IL KEYNOTE SPEAKER DELL'EDIZIONE 2011 DEL TOP MANAGEMENT FORUM, L'EVENTO ORGANIZZATO DA KNOWITÀ, È STATA RENÉE MAUBORGNE, AMBASCIATRICE NEL MONDO DELLA 'STRATEGIA OCEANO BLU', UNO DEI MODELLI PIÙ INNOVATIVI E DI MAGGIORE SUCCESSO DEGLI ULTIMI ANNI.

DI RAUL ALVAREZ



DAL 30 NOVEMBRE AL 1° DICEMBRE SI È SVOLTO A MILANO IL TOP MANAGEMENT FORUM ORGANIZZATO DA KNOWITÀ, UNO DEI RARI EVENTI CHE HA IL PREGIO DELLA CONCRETEZZA E DELL'ATTUALITÀ.

Dopotutto non potrebbe essere altrimenti, visto che Knowità guarda sempre all'innovazione. E va a cercarla ovunque: nei centri di ricerca, nelle società leader della consulenza, nelle business school più prestigiose, nelle aziende: e non solo in quelle di cui tutti parlano ma anche nelle piccole e medie imprese, laddove l'innovazione è un valore perseguito con fatica e orgoglio ma che raramente fa notizia. Il Top Management Forum accende i riflettori anche su queste 'eccellenze nell'ombra', offrendo loro uno spazio dove raccontare la propria storia.

Ma l'incontro più atteso è sempre quello con il keynote speaker, ogni anno diverso. In genere si tratta di un leader nel suo campo, invitato a tenere una conferenza su un tema che varia a ogni edizione ma che non perde mai di vista un transito non sempre facile, quello 'dalla strategia all'esecuzione', ricco di ostacoli e passi falsi. Le aziende sono sommerse da piani strategici apparentemente ineccepibili ma che spesso, al momento di passare alla concretezza

dell'azione, rivelano tutta la loro fragilità. Eppure della strategia non possiamo fare a meno perché senza strategia non c'è azione mirata, senza azione mirata non c'è cambiamento, senza cambiamento non c'è futuro. E qui il cerchio si chiude. Dunque la questione non è 'strategia sì' o 'strategia no', semmai 'strategia come'.

Il keynote speaker dell'edizione 2011 è stata Renée Mauborgne, ambasciatrice nel mondo della 'strategia Oceano Blu', uno dei modelli più innovativi e di maggior successo degli ultimi anni. La sua conferenza è stata il cuore dell'evento. Ma anche la giornata che l'ha preceduta è stata ricca di appuntamenti interessanti che hanno preparato il terreno alla giornata successiva. Workshop paralleli e percorsi settoriali hanno affrontato le più attuali tematiche e gli strumenti di management sia a livello funzionale (marketing, risorse umane, ecc.) che settoriale (pubblica amministrazione, camere di commercio, ecc.), rileggendoli alla luce della propria esperienza. Dopo questa full immersion, l'appuntamento era per il giorno dopo al Teatro Elfo Puccini: un setting insolito per un incontro questo tipo. Ma il palcoscenico conferisce all'evento un alone di attrattiva e spettacolarità.

Quando si apre il sipario, sul palco sfilano Renée Mauborgne, con



la sua eleganza e personalità, soprattutto con il suo speech accattivante che galvanizza la platea; Oscar Giannino, un giornalista economico dal look inconfondibile e l'oratoria effervescente; i vincitori del Premio Assiteca e InfoJobs.it; e alcuni leader d'azienda intervistati da Giannino sulle priorità per il 2012. Nel pomeriggio Renée Mauborgne torna a occupare il palco con una *lectio magistralis* e chiude la giornata tenendo desta la curva dell'attenzione dell'uditorio sino all'ultima parola e all'ultimo sorriso.

L'OCEANO STRATEGICO Energica e smagliante, carica di appeal, Renée Mauborgne riempie la scena con la sua presenza. È docente di strategia e management in una delle più blasonate Business School del mondo, l'INSEAD di Fontainebleau. È membro del World Economic Forum. Robert Kaplan (il padre della 'balanced scorecard') la considera una delle menti più innovative in tema di strategia. È co-autrice, insieme al collega dell'INSEAD W. Chan Kim, di *Oceano blu*, un libro uscito nel 2005 e diventato immediatamente un brand di successo e un best-seller tradotto in 42 lingue, con due milioni di copie vendute nel mondo, un primato da far invidia al più accreditato dei guru della consulenza aziendale. La proposta di Renée si sintetizza in un motto a dir poco spiazzante: possiamo vincere senza competere. "Com'è possibile?", si chiedono i più. E Renée ce lo spiega in modo convincente: "Oggi in molti settori l'offerta supera la domanda. Farsi concorrenza per strapparsi quote di un mercato in contrazione impedisce di continuare a mantenere un buon livello di performance. Se volete aumentare i profitti dovete dar vita a 'oceani blu', incontaminati dagli squali della concorrenza e dai margini di guadagno ridotti all'osso, spazi dove esplorare nuovi mercati e trovare nuovi clienti mai immaginati prima d'ora, dove cogliere nuove opportunità di crescita".

L'idea degli 'oceani blu' (contrapposti agli 'oceani rossi' concentrati sulla concorrenza) nasce dallo studio di aziende che hanno ottenuto successo rivoluzionando le regole di un mercato ormai saturo. In che modo? Andando oltre la domanda esistente, puntando ai non clienti, cercando i punti in comune anziché le differenze, cambiando modalità di offerta, aprendo nuovi spazi di mercato e nuove frontiere al business. Per questo è stato necessario lasciarsi alle spalle modelli obsoleti quali il 'vantaggio competitivo' di Michael Porter, che pure ha dominato il pensiero strategico degli ultimi vent'anni. "Pensare di vincere facendo ancora pressione sui prezzi o su una 'creazione del valore' che insegue e imita la concorrenza", spiega Renée, "non consente di ottenere risultati apprezzabili. Eppure c'è ancora chi progetta la strategia basandosi sul benchmarking. Sono aziende destinate a fallire, perché rinunciano alla principale fonte di ricchezza: l'innovazione. La competizione genera inevitabilmente meccanismi autofagici che gettano le imprese in 'oceani rossi' sempre più saturi, sempre più spietati, dove sopravvivere è difficile se non impossibile. Come lo spazio si affolla, la competizione finisce per concentrarsi sugli stessi attributi di valore. Tutti competono facendo leva sulla stessa offerta. Di conseguenza, la curva del valore s'assomiglia. Per sopravvivere occorre reinventarsi, persino modificare il proprio core business, se occorre. È una mossa rischiosa, ma talvolta inevitabile". Dunque per uscire dagli oceani rossi occorre lasciarsi alle spalle le strade battute, ridefinire i problemi con un approccio controintuitivo e ripensare al concetto di valore.

L'INNOVAZIONE DI VALORE Uno dei concetti-chiave dell'oceano blu è appunto l'innovazione di valore. "Gli ho dato questo nome", precisa la Mauborgne, "perché integra due concetti interdipendenti e fondamentali per la crescita dell'impresa: il valore e l'innovazione. E per distinguerlo dalla tradizionale 'creazione del valore', oggi insufficiente a vincere le sfide del mercato. Senza innovazione non si possono creare oceani blu. Il concetto di innovazione di valore implica anche che, invece di cercare di raggiungere o superare la con-

correnza, occorre neutralizzarla. E ciò è possibile solo se spostiamo la competizione su nuovi mercati ancora ignoti alla concorrenza". Nella strategia dell'oceano blu, creatività e innovazione giocano un ruolo centrale. Ma il pragmatismo di Renée la spinge a puntualizzare: "Si genera innovazione di valore solo quando l'azienda unisce l'innovazione all'utilità, al prezzo e alle voci di costo. Un'innovazione di valore così concepita non ha a che fare con la tecnologia dell'ultimo grido, semmai con la creazione di mercati e clienti che ancora non esistono".

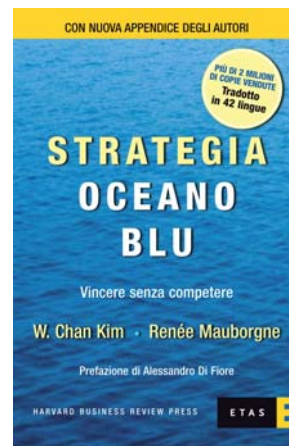
Finché l'impresa rimane negli oceani rossi deve optare per la differenziazione (continuando ad aumentare i costi) o puntare al contenimento (riducendo i guadagni). Ma quando naviga negli oceani blu e punta a creare nuove regole a livello di best practice, il classico 'trade off' fra costo e valore si infrange. E questo è ciò che permette alla differenziazione e al contenimento di potersi riconciliare, massimizzando i guadagni e minimizzando i costi.

Ma come si arriva a creare un oceano blu? Per svelare l'arcano, Renée racconta un caso esemplare: quello del Cirque du Soleil, divenuto ormai una case history da manuale. Il circo è un settore su cui nessun imprenditore serio investirebbe un soldo, immerso da anni in una crisi stagnante, con una costante flessione della domanda e costi che continuano a crescere per differenziare l'offerta e recuperare pubblico. Di fronte alla crisi, i circensi hanno optato per l'oceano rosso, cominciando a contendersi le star migliori (sebbene non siano mai state loro il principale elemento di richiamo). Poi è stata la volta degli spettacoli su più piste in contemporanea, con i costi che continuavano a lievitare per mantenere le star più esose, ovvero gli animali. Nel disperato tentativo di sopravvivere gli investimenti sono cresciuti vertiginosamente, ma la domanda

ha continuato a diminuire. Come uscire illesi da questo circolo vizioso, aprendosi una via verso un oceano blu? È ciò che è riuscito a fare il Cirque du Soleil, reinventandosi e creando una simbiosi con il teatro. Ecco le tre mosse che hanno scardinando il concetto tradizionale di circo: 1) eliminazione degli animali e riduzione di una fetta sostanziale di spesa. In alternativa si è dato più spazio ad acrobati e clown. 2) sono stati aggiunti alcuni elementi estranei al circo, come la trama, le colonne sonore originali e i balletti artistici. 3) il costo del biglietto è stato allineato a quello dei teatri, attirando una nuova fascia di spettatori che non sarebbero mai entrati in un circo tradizionale ma che sono stati disposti a fare la fila pagando un biglietto esoso. È stata questa la strategia vincente con cui il Cirque du Soleil è riuscito a contenere i costi e differenziare l'offerta, dando vita a un'originale forma d'intrattenimento che ha aperto nuovi spazi di mercato, sino ad allora inimmaginabili.

DALLA STRATEGIA ALL'AZIONE Anche negli oceani blu il passaggio dalla strategia all'azione non è privo di ostacoli. Renée ne ha individuati quattro: 1) ostacoli cognitivi, 2) motivazionali, 3) di risorse, 4) politici. Per superarli occorre quella marcia in più nella leva di comando che lei chiama "la leadership del punto critico", uno stile di 'influenza contagiosa' che porta i follower a realizzare i cambiamenti attesi senza dover fare grossi investimenti in risorse materiali ma attingendo perlopiù all'engagement del personale. Gli 'ostacoli cognitivi' incatenano l'azienda alle proprie abitudini: per superarli, anziché cercare di convincere il board sulla necessità di cambiare ricorrendo ad accurate e dispendiose survey, è più efficace portarli direttamente sul campo (per esempio nel negozio dove è esposto il loro prodotto) e fargli toccare con mano come stanno le cose. I numeri sono discutibili, i fatti no. Nulla è più credibile dell'esperienza diretta. Tuttavia, a volte per rompere lo status quo le persone hanno bisogno di trovarsi faccia a faccia con le difficoltà o ascoltare le ragioni dei clienti insoddisfatti. "Anche mostrare la dura realtà ai vostri superiori può portarli a un cambiamento rapido di mentalità", spiega la Mauborgne. Per gli 'ostacoli delle risorse' il suo consiglio è il seguente: "Invece di concentrarsi su come procurarsi più risorse, un leader del punto critico si concentra su come moltiplicare il valore di quelle che ha già a disposizione". Chiedetevi quali attività consumano di più le vostre risorse ma hanno un impatto limitato sulle performance e quali attività, al contrario, hanno maggiore impatto sulla performance ma soffrono di una carenza di risorse. La risposta a queste domande spinge a comprendere come liberare le risorse che rendono poco, reindirizzandole alle aree di maggiore impatto. In questo modo si riducono i costi e aumenta il valore. Gli 'ostacoli motivazionali' vanno rimossi facendo leva sui leader naturali, persone capaci di influenzare il gruppo in virtù della loro autorevolezza. Grazie a loro l'organizzazione non è obbligata a lavorare sulla singola persona. Altra mossa: puntare un riflettore sulle loro azioni - o sulle inazioni - in modo da renderle visibili a tutti, suscitando l'orgoglio e il desiderio di non deludere le attese. E ancora: ridurre il cambiamento in 'atomi' più piccoli per rendere le sfide fattibili a tutti i livelli. Ultimo tipo di ostacolo è quello 'politico': per governarlo occorre creare una coalizione interna con i vostri 'angeli' (le persone che hanno più da guadagnare dal cambiamento) e con il 'consigliere'

RENÉE MAUBORGNE, DOCENTE ALL'INSEAD E KEYNOTE SPEAKER DELL'EDIZIONE 2011 DEL TOP MANAGEMENT FORUM, È AUTRICE - CON IL COLLEGA W. CHAN KIM - DI 'STRATEGIA OCEANO BLU', BEST SELLER CHE SUGGERISCE COME VINCERE SENZA COMPETERE.



comprendere come liberare le risorse che rendono poco, reindirizzandole alle aree di maggiore impatto. In questo modo si riducono i costi e aumenta il valore. Gli 'ostacoli motivazionali' vanno rimossi facendo leva sui leader naturali, persone capaci di influenzare il gruppo in virtù della loro autorevolezza. Grazie a loro l'organizzazione non è obbligata a lavorare sulla singola persona. Altra mossa: puntare un riflettore sulle loro azioni - o sulle inazioni - in modo da renderle visibili a tutti, suscitando l'orgoglio e il desiderio di non deludere le attese. E ancora: ridurre il cambiamento in 'atomi' più piccoli per rendere le sfide fattibili a tutti i livelli. Ultimo tipo di ostacolo è quello 'politico': per governarlo occorre creare una coalizione interna con i vostri 'angeli' (le persone che hanno più da guadagnare dal cambiamento) e con il 'consigliere'



(un insider rispettato che se la cava bene con la politica, che sa prevedere chi vi farà la guerra e chi sarà dalla vostra parte). Superati questi ostacoli, la strategia non tarderà a far accadere le cose.

I LEADER E LE PRIORITÀ PER IL 2012 A conclusione del Forum, Oscar Giannino – dopo un suo speech pieno di numeri e di ipotesi – ha intervistato alcuni leader chiedendogli quali fossero le loro priorità per il 2012 e come affronteranno la discontinuità dei mercati. Queste, in sintesi, le loro risposte.

Franco Moscetti, Chief executive officer e Direttore generale di Amplifon, azienda leader nella produzione di apparecchi acustici con 3.500 negozi in 18 paesi del mondo, 9.000 dipendenti, il 30% del fatturato dall'Italia, il 70% dall'estero: "La priorità numero uno è continuare a crescere. Inoltre, convincere il Servizio Sanitario Nazionale a pagarci quel 30% del fatturato italiano in tempi canonici, non dopo due anni. Altra considerazione: il nostro prodotto può farlo bene chiunque, ma il plus di Amplifon è la professionalità dell'audioprotesista (il tecnico che misura l'udito), una figura di cui non si parla molto sebbene sia fondamentale in questo mestiere. Purtroppo è proprio la carenza di audioprotesisti a ridurre le potenzialità del nostro business, pur avendo persino una nostra scuola interna che li forma. Da tempo volevamo sviluppare il mercato asiatico e indiano, ma partendo da Milano era difficile perché occorreva trovare risorse umane adeguate per quei mercati, che sono molto diversi dai nostri e che richiedono anche un diverso stile relazionale. Nelle università italiane più importanti, gli studenti stranieri specializzati in questo campo sono pochi e la competizione con le multinazionali per accaparrarsi i più bravi è fortissima. Ecco perché nel 2010 Amplifon ha acquisito un'azienda che opera in Australia, Nuova Zelanda e India. Dalla piattaforma australiana possiamo curare meglio il mercato indiano, perché nelle università australiane ci sono tanti studenti indiani e la competizione per accaparrarseli è meno forte che da noi. Dunque, un'altra priorità è trovare persone in grado di essere formate ai nostri modelli e alle nostre strategie e

ANDREA PONTREMOLI DI DALLARA CON OSCAR GIANNINO; MATTEO BERLINGERI DI ASSITECA CON FABIO GALLI DI GRUPPO MANNI; VITTORIO MAFFEI DI INFOJOBS.IT CON MARCO SCIPPA DI ELICA GROUP; LO SPEECH DI RENÉE MAUBORGNE.

capaci di calibrarle nel contesto straniero. Quanto alla maggiore discontinuità introdotta dalla crisi, è stato il dover trasformare la nostra offerta da 'medical device' a prodotto per migliorare la qualità della vita. Questo ha comportato anche un cambiamento del nostro concept store. Prima i negozi Amplifon si trovavano anche in palazzi senza ascensore, erano assimilati a uno studio medico. Oggi abbiamo modernizzato i negozi e gli arredi. Anche questo cambio di immagine rientra nelle nostre priorità".

Franco Montevocchi, Direttore personale e organizzazione di Burgo Group, produttore di carte grafiche per la stampa, un gruppo totalmente italiano con 5.000 dipendenti e 13 stabilimenti produttivi, l'Europa come mercato principale, il 65% di esportazioni: "In questa crisi di liquidità, le due priorità sono il prezzo energetico e il cambio. Per fare business ci dobbiamo confrontare quotidianamente con il costo della cellulosa, del petrolio e dei suoi derivati. Operiamo in un mercato dove il prezzo delle materie prime è volatile, oggi sale e domani scende. Solo il prezzo del petrolio non cala: qualcuno sta tenendolo alto artificialmente per specularci. Eppure il prezzo dell'energia è fondamentale per lo sviluppo di un paese. Costi bassi hanno sempre comportato una crescita, costi alti una recessione. Ma nessuno punta mai il dito contro quel prezzo che limita lo sviluppo. Un altro fattore critico è il cambio. Siamo un'azienda che esporta il 15% fuori dall'Europa, la domanda è: com'è possibile che abbiamo un cambio euro/dollaro a 1,35? Guardiamo le azioni, basta un nonnulla e i titoli crollano, e continuiamo a mantenere l'euro. Se noi europei vogliamo crescere dobbiamo andare fuori dall'Europa. Una politica di cambio più attenta di quella che abbiamo oggi consentirebbe alle nostre aziende di avere maggior capacità di crescita di quella attuale".

Dino Crivellari, Chief executive officer di Unicredit Credit Mana-

gement Bank. A lui Giannino pone una domanda diversa: cosa vi inventate affinché i cattivi pagatori abbiano con voi un rapporto per il quale ci si rimetta il meno possibile e semmai ci si guadagni? “Siamo una business unit che presta questo servizio (gestione del contenzioso) anche ad altre banche, a istituti di previdenza, ecc. Nell’ultimo anno le sofferenze (la parte peggiore dei crediti delle banche) sono aumentate del 40%. Siamo passati da 75 miliardi di euro a 102 miliardi, una cifra enorme. Ma quello che fa più impressione è il fatto che nel 2005 erano entrate nuove sofferenze per 5,6 miliardi ed erano uscite sofferenze per 2,8 miliardi, quindi il 70% di quello che era entrato era uscito, mentre nel 2011 ne entreranno 15 miliardi e ne usciranno 1,2 miliardi: uno stock pesantissimo di crediti in difficoltà con cui dovremo fare i conti per i prossimi anni, perché il sistema della giustizia italiana è inefficiente. Mario Draghi dice che ci costa un punto di Pil, e la Marcegaglia dice che, se fossimo più efficienti, avremmo due punti di Pil dal sistema della giustizia italiana. Partendo dal principio che è inutile chiedere al debitore ciò che non può pagare, dobbiamo essere bravi noi a capire quanto può pagare e cercare di portare a casa il risultato migliore. Fino al 2007 il nostro mestiere di ‘venditore di quietanze’ è andato bene perché nel 95% dei casi chiudevamo posizioni vendendo quietanze. L’arrivo della crisi ha ridotto questa efficienza. Oggi dobbiamo trovare un accordo col debitore che soddisfi entrambi. A fronte delle difficoltà delle famiglie di pagare i mutui, abbiamo cercato di apportare alcune innovazioni forti. Se migliaia di mutui vanno in default, migliaia di immobili vengono venduti alle aste. Fino al 2007 avevamo all’asta 1,6 aste deserte, di conseguenza il giudice aveva la facoltà di far diminuire il cespite in vendita del 20%. In questo momento la media è di 6 aste deserte: rischiamo che il giudice azzeri il valore dell’immobile e di non recuperare nulla. Per evitare ciò abbiamo pensato a una soluzione, peraltro già contemplata nel codice civile, quella del ripossesso parziale o totale. Offriamo ai clienti in difficoltà la possibilità di trasferirci una quota o tutto l’immobile, affinché lui possa continuare a viverci e pagare una rata ridotta o un affitto, con il nostro impegno a rivedergli l’immobile entro un certo tempo e a determinate condizioni. Naturalmente scommettendo entrambi che in futuro le cose andranno meglio. Ma in un periodo così tragico non si può essere pessimisti”.

Enrico Loccioni, Presidente del Gruppo Loccioni, azienda marchigiana che fornisce soluzioni integrate per l’industria e che opera sul mercato mondiale con 350 collaboratori e 40 installazioni nel mondo, dall’America Latina all’Estremo Oriente, per un fatturato di circa 65 milioni di euro: “Io stesso sono una discontinuità: figlio di contadini, dipendente, poi artigiano. Ho avviato un’impresa e sono cresciuto anche grazie al rapporto con il territorio, con la scuola, e grazie a tante persone che sono arrivate nel Gruppo. Ho fatto mio il principio ‘Non fare l’industria né l’industriale, fa l’imprenditore e sviluppa un’impresa fondata su valori solidi’, nella convinzione che un profitto senza valori porta solo alla distruzione. Così è nato il Gruppo Loccioni. Non siamo molto conosciuti perché non abbiamo un prodotto né un catalogo, ma abbiamo una quantità di clienti nel mondo dell’auto (Mercedes, General Motors), degli elettrodomestici (Electrolux, Siemens) e in molte altre realtà con cui abbiamo avviato il processo di internazionalizzazione. La discontinuità s’è realizzata non solo ascoltando le esigenze del cliente, ma anche dal rapporto con la scuola. Portiamo nel gruppo perlopiù ex studenti. Il territorio è una risorsa straordinaria: la gente del posto vede l’impresa non come una proprietà privata ma come un bene sociale. Dalla tua gente prendi una forza che ti impegna a far sì che l’impresa continui a vivere, crei un’anima che appartiene in qualche modo a tutti. Anche in periodi di grave crisi come in questi ultimi tre anni, noi abbiamo moltiplicato le attività lavorative. E in 43 anni di attività non abbiamo dovuto lasciare nessuno a casa per mancanza di lavoro”.

Andrea Pontremoli, Chief executive officer di Dallara Automobili: “Il nostro modello di business si basa su tre elementi: 1) la progettazione, utilizzando compositi in fibra di carbonio, 2) l’aerodinamica, 3) le simulazioni tramite computer. La qualità delle prestazioni di un’auto da corsa dipende al 35% dal peso, al 50% dall’aerodinamica, e solo al 15% dal motore. Ecco perché ci siamo concentrati su questi tre elementi. Quanto ai motori, adottiamo quelli che vuole il cliente, tanto non sono loro a fare la differenza. Il 60% del nostro business si concentra sulla vendita di macchine da corsa col nostro marchio, l’altro 40% (ma è in aumento) sulla consulenza a chi produce macchine da corsa. Quanto ai costi, ci sono due linee di pensiero: una sostiene ‘Le cose che costano poco, costeranno sempre meno’, l’altra ‘Le cose che costano molto, costeranno sempre di più’. La linea bassa garantisce buoni guadagni, però richiede una produzione a basso costo ed economia di scala, cioè bisogna riuscire a farne tante. Noi in Italia non ne siamo in grado. Ma per posizionarsi sull’altra linea servono tre cose: l’innovazione, il marketing, il brand. Innovazione significa essere capaci di fare quello che gli altri non fanno. In un mondo globale, se dite ‘Anch’io’ avete già perso; dovete poter dire ‘Solo io’. Se dici ‘Anch’io’ devi fare i conti con almeno due aziende cinesi che producono più di te e a un prezzo più competitivo. Conosco un’azienda umbra che produce viti, hanno ottenuto un brevetto per cui sotto la testa della vite c’è un cuscinetto che impedisce alla vite di svitarsi con le vibrazioni. Hanno il monopolio mondiale delle viti per aerei ed elicotteri. E possono dire ‘Solo io’: questa per me è vera innovazione. Poi serve il marketing: devo far sapere al mondo che ho quel brevetto. Perché essere monopolista in Italia non serve granché quando ormai il mercato è globale. La terza cosa fondamentale è il brand, un marchio e un nome che identifica il tuo prodotto. Ecco perché su questi tre aspetti abbiamo investito tutte le nostre risorse. Gian Paolo Dallara ha fatto un investimento, non sui figli, su di me. E mi ha chiesto di portare la Dallara alla prossima generazione. Tutti gli utili dell’azienda li investiamo in innovazione e tecnologia. Due anni fa abbiamo costruito la nostra terza ‘galleria del vento’ per gli studi di aerodinamica. Quest’anno abbiamo inaugurato un simulatore di guida unico nel suo genere: realizzarlo è stato il nostro modo di combattere la crisi. Questo simulatore, oltre a insegnare al pilota quello che insegnano tutti i simulatori, permette di guidare una macchina che non è mai stata costruita. Guida modelli matematici: pensate che risparmio dietro a quest’idea! Il bello è che tutti ci dicevano che era una cosa impossibile da realizzare. Nessuno era disponibile a sposare l’idea. Alla fine abbiamo assunto quattordici giovani neolaureati, età media 26 anni, i quali non sapevano che era impossibile e l’hanno fatta. Le nostre priorità per il 2011 sono tre: 1) continuare a investire sulla propria impresa: è assurdo prendere i soldi dalla tua impresa e investirli su un’azienda quotata in Borsa che probabilmente è gestita meno bene della Dallara; 2) investire sui giovani; 3) ricordarsi che ciò che fa la differenza sono le persone. Un’azienda è innovativa se ha persone innovative. Non ci sono modelli: il valore lo dobbiamo trovare noi stessi. Conoscete oggi la vostra unicità? Se ce l’avete, comunicarla all’azienda, ai fornitori e ai clienti è semplice. Ma se non ce l’avete, e magari pretendete che ve la cerchino gli altri, forse la troveranno ma non vi ci riconoscerete. Trovare l’unicità in voi stessi: è questo a fare la differenza”.

Il Top Management Forum 2011 ha visto infine l’assegnazione dei Knowit Management Awards, premi dedicati alle best practice che si sono distinte in tema di innovazione dei sistemi di gestione: quest’anno il Premio Assiteca per ‘La gestione del rischio’ è andato al Gruppo Manni per le grandi imprese e a Hollister per le piccole e medie imprese, mentre il Premio InfoJobs.it per ‘La gestione dei talenti’ è stato assegnato a Elica Group.

MK

PRIMO PIANO

**PREMIO ECCELLENZA A LOGOTEL**

Il "Premio Eccellenza Lido Vanni" è stato assegnato quest'anno a Logotel Spa, azienda italiana che progetta e implementa soluzioni e servizi integrati di formazione, design, business & social community.

**IN SELLA AL MADE IN ITALY**

Costruite su misura, dal design esclusivo e dalla grande tecnologia, "Italia Veloce" è una nuova linea di biciclette realizzate a mano nell'atelier dell'Officina Italiana Velocipedi di Pregio.



manager che gestiscono le attività legate ai viaggi d'affari, interessati a sviluppare sia competenze specialistiche, sia abilità manageriali.

l'obiettivo di premiare le aziende che investono nella gestione dei rischi.

Vincitori Assiteca 2011

Sono Gruppo Manni (Verona, siderurgia) e Hollister (Assago, presidi medicali), rispettivamente per la categoria Grandi Imprese e Piccole Medie Imprese, le aziende vincitrici dell'edizione 2011 del Premio Assiteca "La Gestione del rischio nelle Imprese Italiane: procedure, strumenti e soluzioni a tutela dei crediti commerciali". Iniziativa unica in Italia, il riconoscimento, giunto alla seconda edizione, è stato istituito da Assiteca, primario gruppo italiano di brokeraggio assicurativo, con

Debutta il master in Eco Mobilità

Sta per partire a Roma il primo master europeo dedicato al management dell'eco mobilità (economics & communication), organizzato dalla Luiss Business School, con la partnership di Ald Automotive, Toyota, Enel e del Comune di Roma Capitale. Il Mem - Master in Management dell'Eco-Mobilità si pone all'avanguardia sul fronte del cambiamento ambientale e su quello del management della mobilità eco sostenibile e, più in generale, del sistema di trasporti. Obiettivo: formare profili in grado di gestire nelle aziende e nella Pubblica amministrazione la rivoluzione green.

Mice, nasce la prima holding italiana

È nata poche settimane fa la prima holding italiana degli incentive e degli eventi: Alessandro Rosso Group ha rilevato dal Gruppo Alpitour World e da Fmh il 100% di A World of Events, società presente nell'incentive, nell'healthcare, ma anche nella comunicazione e negli eventi consumer, corporate e legati allo sport. Nasce così il primo Gruppo italiano del settore Mice (Meetings, Incentive, Congressi ed Eventi) e uno dei primi dieci in Europa.

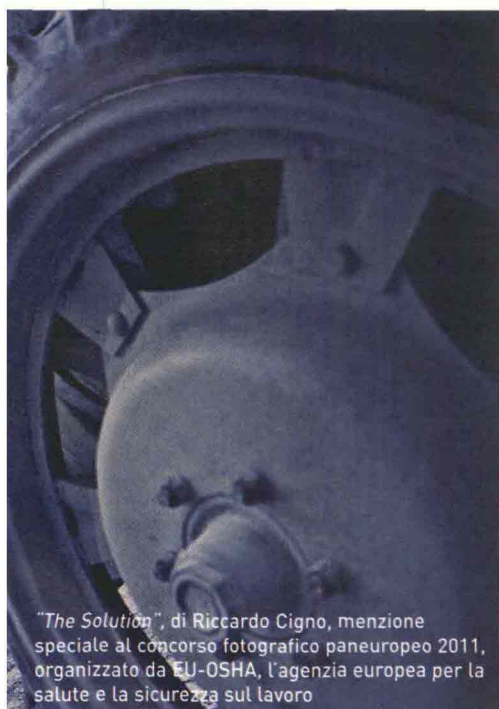
Per approfondimenti:
www.limpresaonline.net

SBARCANO SUL WEB 27MILA PMI

Sono oltre 27 mila le aziende che, a sei mesi dal lancio de La Mia Impresa Online.it - il progetto congiunto di Google, Seat Pagine Gialle, Register.it e Poste Italiane - hanno già registrato il proprio dominio web e fatto il loro debutto in rete. L'iniziativa, lanciata nel maggio 2011, intende incoraggiare l'ingresso su Internet delle Pmi italiane, che ancora non hanno abbracciato il digitale, offrendo la possibilità di creare il proprio sito, promuoverlo online e attivare una piattaforma di e-commerce in modo gratuito per un periodo iniziale. Nel primo semestre, La Mia Impresa Online.it ha raccolto adesioni in tutta Italia, con valori abbastanza uniformi nelle diverse aree geografiche. Delle oltre 27.000 aziende approdate sul web, l'11% ha attivato una piattaforma di e-Commerce - più del doppio rispetto alla media nazionale del 5% - e il 25% ha avviato una campagna di comunicazione online con Google AdWords, iniziando così a cogliere appieno le opportunità offerte dall'economia digitale. Le imprese edili e immobiliari sono le più numerose (4,8%), seguiti da ristoranti e pizzerie (2%) e da agenti e rappresentanti di commercio (1,4%).

www.lamiazimpresaonline.it

REGIONI ITALIANE	% PMI
Lombardia	18,3%
Lazio	10,7%
Campania	9,7%
Piemonte	8,4%
Sicilia	7,3%
Veneto	6,9%
Puglia	6,8%
Toscana	6,7%
Emilia Romagna	6,5%
Calabria	3,4%
Sardegna	3,1%
Liguria	2,8%
Marche	2,3%
Abruzzo	2,2%
Umbria	1,5%
Friuli Venezia Giulia	1,4%
Basilicata	0,9%
Trentino Alto Adige	0,7%
Molise	0,4%
Valle d'Aosta	0,2%



"The Solution", di Riccardo Cigno, menzione speciale al concorso fotografico paneuropeo 2011, organizzato da EU-OSHA, l'agenzia europea per la salute e la sicurezza sul lavoro

LA GESTIONE DEL RISCHIO DI CREDITO COMMERCIALE È DIVENTATA DECISIVA PER LE PMI ITALIANE

Sui crediti la crisi aguzza l'ingegno

Da un sondaggio Assiteca emerge che il 72% delle imprese ha costituito una struttura ad hoc. Così molte aziende hanno evitato che si allungassero i tempi di incasso e le più virtuose li hanno addirittura ridotti

DI STEFANIA PEVERARO

Nelle fasi di crisi le aziende che gestiscono meglio i crediti commerciali hanno più chance di superare la congiuntura negativa. Le aziende italiane lo sanno bene, visto che ben il 72% delle imprese si sono organizzate creando al loro interno una struttura dedicata alla gestione dei crediti commerciali. È quanto emerge da un'indagine sul campo promossa dal broker assicurativo Assiteca su un campione di 269 imprese italiane. Dal sondaggio tra i credit manager e i chief financial officer risulta anche che a essere più preoccupate dell'insolvenza dei propri clienti sono le piccole e medie imprese (41% contro 36%): il 25% delle pmi, infatti, adotta uno strumento di tutela dal rischio di insolvenza (contro l'11% delle grandi imprese) e un altro 16% adotta due o più strumenti (contro il 25% delle grandi imprese). E adeguate politiche di gestione del credito commerciale hanno permesso alle aziende più virtuose non solo di non peggiorare in maniera sensibile la qualità dei loro crediti in

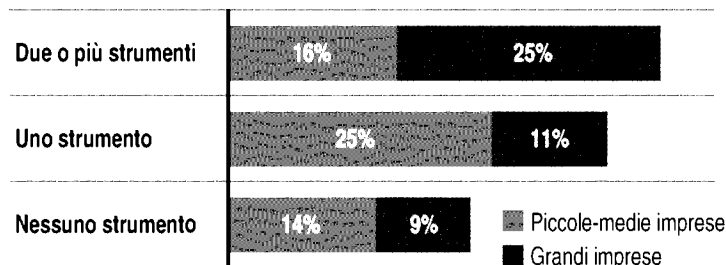
tempo di crisi, ma addirittura di migliorarla. Questo è stato il risultato conseguito dalle sei aziende finaliste del premio Assiteca, che ha poi visto vincitori Hollister e Gruppo Manni.

«Nonostante la congiuntura economica attuale», ha commentato Stefano Montagno (Hollister), «i tempi medi di pagamento dei nostri crediti commerciali negli ultimi due anni hanno registrato un miglioramento, del 9% per i clienti pubblici, con tempi medi di pagamento di 247 giorni, e del 30% per i clienti privati, con tempi medi di 67 giorni. Il risultato è stato ottenuto grazie a un progetto di gestione del rischio avviato già all'inizio del 2009». Anche Fabio Galli (Gruppo Manni) ha posto l'accento sulla grande attenzione ai crediti commerciali, «che ci ha consentito di mantenere un portafoglio clienti di elevata qualità e di tenere il livello dei mancati pagamenti all'interno di una soglia fisiologica. Ci affidiamo all'assicurazione dei crediti, utilizzando una polizza tradizionale con linee di credito deliberate su ogni singolo cliente, e facciamo uso anche di factoring». Strategia simile per Birra Peroni. «Grazie a una

profonda ristrutturazione della gestione del credito commerciale siamo riusciti a ottenere una significativa riduzione dei tempi medi di incasso, nonostante il peggioramento delle condizioni di mercato», ha spiegato Marco Murgia. «Stiamo valutando la possibilità di ricorrere ad assicurazione crediti, factoring o cartolarizzazione». Achille Tesseri (Maggiore Rent) ha spiegato che grazie alla politica di gestione dei crediti commerciali «la percentuale dei crediti in contenzioso rapportata al fatturato annuo è rimasta stabile, di poco superiore al 4%». Mentre Giovanna Puato (Cultraro Automazione Engineering) ha sottolineato che «il tempo medio di incasso attuale è di 76 giorni, con un ritardo rispetto all'anno scorso di soli 8 giorni e nessun contenzioso in più in corso». Infine, Francesco Quagliozzi (Irritec & Siplast) ha spiegato che «la ristrutturazione dell'area credit management risale al 2007. Una strategia che si è tradotta in una riduzione del tempo medio di incasso del 30% a fronte di una crescita del volume di affari del 9% l'anno tra il 2007 e il 2011». (riproduzione riservata)

GESTIONE DEL RISCHIO CREDITO

Quanti strumenti di prevenzione del rischio di credito commerciale usate?



Fonte: sondaggio Assiteca

GRAFICA MF-IL LANC F NANZA