


SPECIALE AWARDS

ASSEGNATI A MILANO I PREMI DEDICATI A CHI HA REALIZZATO LE MIGLIORI PERFORMANCE

Dai *Company Awards* una ventata di fiducia nelle opportunità della crisi

DI GIAN MARCO GIURA

La crisi economica e le difficoltà dell'economia reale? Gli imprenditori italiani le affrontano con fiducia e con la volontà di non accettare supinamente i messaggi negativi che arrivano dal mercato globale, ma anzi con l'obiettivo di sfruttare le opportunità che si apriranno a chi saprà approfittare del momento di cambiamento e crescita.

È questo il messaggio lanciato dai principali protagonisti del mondo industriale, del commercio e dei servizi che nella serata di martedì 3 marzo si sono incontrati a Milano, presso le Officine del Volo, per l'edizione 2009 dei Milano Finanza Company Awards. Gli Awards, ormai un tradizionale appuntamento annuale per i leader dell'industria italiana, hanno chiamato a raccolta circa 200 manager e imprenditori, convenuti per la cerimonia di consegna dei riconoscimenti che vanno a chi ha realizzato le migliori performance l'anno precedente: Lombard Elite, Creatori di Valore e Leone d'Oro.

Il Premio Lombard Elite, realizzato in collaborazione con PriceWaterHouseCoopers (rappresentata nell'occasione dallo strategy leader Giacomo Neri), una delle principali società di consulenza strategica e industriale del mondo, è dedicato ai manager e alle aziende che nell'anno si sono maggiormente distinti per le strategie di crescita interna e internazionale, oltre che per le storie vincenti di turnaround aziendale o per le operazioni di finanza straordinaria di maggior successo. I Creatori di Valore, invece, è assegnato alle aziende di gran-

di, medie e piccole dimensioni che hanno realizzato le migliori performance a livello nazionale, regionale, e nei principali settori industriali. Il Leone d'Oro riconosce l'eccellenza nella comunicazione ed è stato consegnato ai migliori investor relator e ai responsabili delle relazioni esterne delle società quotate che si sono distinti per assiduità e trasparenza nei confronti del mercato, oltre che alle società e alle agenzie per le migliori comunicazioni istituzionali e di prodotto.

La premiazione si è tenuta nel corso di un charity dinner i cui proventi saranno devoluti a favore del centro cardiologico Monzino, una delle eccellenze internazionali «nella ricerca dedicata alla prevenzione delle malattie cardiovascolari e agli interventi d'urgenza per salvare la vita ai pazienti, con una particolare attenzione ai nuovi strumenti offerti dalla tecnologia», come ha ricordato sul palco Cesare Fiorentini, direttore del programma di cardiologia.

Fra i diversi interventi, Cesare Romiti, oggi presidente della Fondazione Italia Cina, ha trasmesso una ventata di fiducia e ottimismo nel cambiamento provocato dalla crisi, «per le imprese e i paesi che non avranno paura della diversità e di un passato che non esiste più, ma anzi affronteranno con coraggio e fantasia i nuovi scenari. Un ragionamento che vale anche per i manager che sapranno scegliere i collaboratori giusti e proseguire sulla strada prefissata fino all'obiettivo, senza prestare ascolto alle critiche del momento».

Convinzione che è stata espressa da diversi dei premiati, fra cui Luigi Gubitosi (a.d. di Wind), convinto che «nella crisi si aprano occasioni incredibili, poiché

si rimettono in discussione gli equilibri preesistenti e quindi si creano nuovi spazi di mercato». E infatti Gubitosi ha dichiarato che «l'obiettivo di Wind per il 2009 è di rafforzare ulteriormente la posizione della società e che, al momento, le cose evolvono in maniera promettente in quella direzione».

Dello stesso tenore gli interventi di Roberto Colaninno, di Paolo Scaroni e di Vittorio Colao, che pur lontani da Milano per improrogabili impegni di lavoro hanno comunque voluto partecipare alla serata organizzata da MF/Milano Finanza. Colaninno ha ricordato come occorra puntare sull'innovazione e come Piaggio stia «per lanciare sul mercato, per prima al mondo, il primo scooter ibrido», mentre Scaroni ha identificato nel calo del prezzo del petrolio un elemento positivo per i consumatori, «che si ritrovano in tasca quasi una quattordicesima». Colao ha spiegato come in frangenti di difficoltà aziendale il giusto mix «fra organizzazione attentissima e rapporto umano consenta di tirare fuori al meglio il valore delle aziende, anche di dimensioni globali come è Vodafone».

E il 2009? Si affronta con volontà di crescere guardando in avanti, come ha ribadito nel suo intervento Mauro Moretti, a.d. di Ferrovie dello Stato, che entro il 2010 conta di realizzare l'intero sistema dell'alta velocità in Italia.

I contributi più significativi della serata, condotta da Gabriele Capolino, editore associato di MF/Milano Finanza, Andrea Cabrini, direttore di Class CNBC, e Jole Saggese (Class CNBC) sono visibili on demand sul videocenter di Class Editori, cui si accede di-

rettamente dalle home page di
www.milanofinanza.it e www.
italiaoggi.it.



