

SG Company punta sull'anti-fragilità collettiva per rilanciarsi

A cura di Advisor

30 novembre 2020
10:29
NEWS

Suggestisci

Facebook

Twitter

Altri

Stampa

Scrivi alla redazione



"In questo periodo stiamo trasformando il modello di impresa considerando che il mondo, con la pandemia, sta vivendo un cambiamento epocale". Così **Davide Verdesca**, Chairman & CEO di **SG Company**, delinea le strategie di uno dei principali player in Italia nel Entertainment&Communication attraverso le business line Digital&Live Communication, Format Consumer, Video Production, Meeting&Events e Data Valorization. Tra le centinaia di clienti annovera A2A, ABI Eventi, Allianz, Alparagas/Havaianas, BMW, Dainese, DHL, Enel, Generali, Google, L'Oréal, Luxottica, Medtronic, Pandora e Sky.

Il piano industriale 2021-2023 appena presentato si fonda sulla digital transformation del gruppo e prevede alcuni punti essenziali tra cui l'inizio di un percorso di sostenibilità che ha già trasformato SG Company in Società Benefit e la vede verso il traguardo per diventare ESG. Le linee strategiche prevedono un'espansione dei servizi e prodotti digitali e un avvio della linea di data valorization. L'obiettivo è di ottenere nel 2023 ricavi per oltre 31 milioni di euro con EBITDA almeno al 10% grazie alla nuova composizione delle attività.

Sta per essere proposta all'Assemblea degli Azionisti un'operazione di aumento di capitale sociale in opzione a supporto del piano industriale ed è stato nominato un nuovo chief sales officer. SG Company ha inoltre ideato, promosso e realizzato vari format di successo come: Milano Food Week, Milano Wine Week, Sneakerness (primo classificato ai Best Event Awards 2019 nella categoria Fiera), Social Music City, ONE, ObeCity (premiato pochi giorni fa dall'Excellence Award di Popular Science come miglior Communication & PR Project of the Year nella categoria endocrinologia), Digital Design Days. Certificata ISO 9001 è quotata all'AIM di Borsa Italiana (ticker: SGC) dal 26 luglio 2018.

Recentemente, come racconta ancora Verdesca "abbiamo realizzato il **Salone dei Pagamenti** promosso da ABI in maniera completamente digitale, dopo le prime 4 edizioni che si sono svolte

VIDEO ECONOMIA



29 NOVEMBRE, 17:16

RECOVERY FUND, VON DER LEYEN: "CON LE RIFORME GIUSTE, L'ITALIA PUO' REINVENTARSI"



29 novembre, 10:59

A Milano e Torino finisce l'austerità, torna lo shopping



interamente dal vivo. Per fare questo abbiamo creato DYHM, la nostra piattaforma tecnologica proprietaria, necessaria e devo dire che il cliente e i partner sono rimasti molto soddisfatti. Questo grazie al fatto che il tema della digital transformation era già in discussione da qualche anno. Sicuramente il Covid-19 ha impattato tutta un'economia che rappresentava il nostro core business, ma nonostante questo ci siamo comunque fatti trovare preparati. SG ha già iniziato a interpretare il cambiamento accettando la sfida e perseguendo un percorso evolutivo che deve essere ben pianificato e fortemente voluto e sostenuto. Per compiere e vincere questa importante e necessaria sfida servono idee chiare, grande flessibilità e la miglior squadra possibile con un grande commitment della C-Suite e di tutta l'azienda. SG Company, forte della propria esperienza, delle relazioni consolidate con il proprio portafoglio clienti e delle proprie competenze nell'entertainment e nella comunicazione ha avviato un percorso approvando un piano industriale e un action plan che ha tutte le componenti fondamentali per vincere egregiamente la sfida".

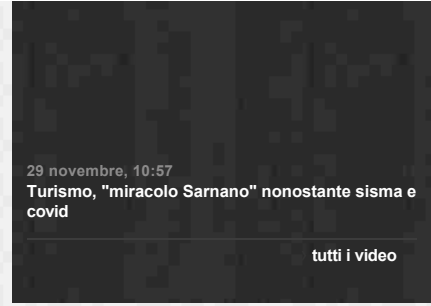
Verdesca si focalizza poi sul cambio di governance di SG

Company: "Il nuovo CFO ha iniziato immediatamente a revisione la struttura dei costi abbassando il break even point di oltre il 50% avendo verificato che il precedente modello di business non era sostenibile. Abbiamo indirizzato gli investimenti verso l'intellectual property e la valorizzazione della forma consulenziale rispetto alla vendita pura. Inoltre, abbiamo inserito nel board Elena Melchioni che sta cambiando completamente l'approccio e l'organizzazione interna grazie alla sua preparazione specifica. Vediamo questo momento difficile come uno stimolo incredibile per cavalcare questo cambiamento epocale e di rinnovamento. Certamente non sarà facile visto che abbiamo davanti mesi di grande lavoro dietro le quinte per preparare l'azienda alle sfide di domani".

Elena Melchioni, nuova COO e CMO del gruppo, spiega che il piano industriale di SG Company parte da una visione e da un progetto che prevedeva già la diversificazione delle linee di business, di accesso al mercato dei capitali per sostenere un percorso anche di internazionalizzazione. Quindi, in termini di visione, l'azienda era pronta. In termini di contingenza di mercato è evidente che la pandemia ha accelerato il processo. Se non fossimo stati pronti prima con delle attività di core business già diversificate, dei progetti di internazionalizzazione e con degli step già avviati, non sarebbe stato possibile presentare questo piano industriale molto concreto e fattibile. Ovviamente cambia il mix di attività che verranno svolte. In primis si mantiene tutta la parte di digital transformation, le case di produzione video e i format proprietari. Verrà invece ridefinita l'area che storicamente rappresentava l'identità dell'azienda attraverso un servizio di consulenza nell'attività di meeting che cercherà di supportare in maniera efficace i nostri clienti storici. A questi clienti faremo un servizio di consulenza sulle vecchie attività e implementeremo quelle nuove attraverso dei programmi di M&A e di acquisizione di talenti di levatura internazionale. Attraverso queste nuove persone andremo a rafforzare la creatività, la produttività e la parte digital".

"In più – continua Elena Melchioni – **abbiamo puntato decisamente sulla sostenibilità e delle attività di beneficio comune.** Tutte queste attività verranno per la prima volta inserite in un'attività di marketing technology, chiamata più comunemente MarTech, un settore in forte crescita soprattutto negli Stati Uniti. Tutte quelle soluzioni di marketing automation, di profilazione, di data visualisation e data gathering saranno inserite in tutte le attività con un posizionamento unico e distintivo, perché attualmente le società che si occupano di digital non forniscono la parte live. Proprio per questo abbiamo la possibilità di intercettare centinaia di migliaia di persone sia nelle attività digital che in quelle live cosa che ci permette di raccogliere una grande quantità di dati".

"In più – continua Elena Melchioni – **abbiamo puntato decisamente sulla sostenibilità e delle attività di beneficio comune.** Tutte queste attività verranno per la prima volta inserite in un'attività di marketing technology, chiamata più comunemente MarTech, un settore in forte crescita soprattutto negli Stati Uniti. Tutte quelle soluzioni di marketing automation, di profilazione, di data visualisation e data gathering saranno inserite in tutte le attività con un posizionamento unico e distintivo, perché attualmente le società che si occupano di digital non forniscono la parte live. Proprio per questo abbiamo la possibilità di intercettare centinaia di migliaia di persone sia nelle attività digital che in quelle live cosa che ci permette di raccogliere una grande quantità di dati".



ULTIMA ORA

- 10:39** Natale: Confcommercio, meno regali, spesa cala del 18%
- 10:17** Cdp:Palermo,per ripresa impegnati in innovazione, formazione
- 10:10** Borsa: Milano rallenta ancora, vola Mps, giù Unicredit
- 09:30** Borsa:Europa apre in calo, si guarda a petrolio e eurogruppo
- 09:05** Borsa: Milano apre in calo (-0,64%)
- 08:28** Abn Amro taglierà il 15% dei dipendenti entro il 2024
- 08:18** Cambi: euro parte invariato a 1,196 dollari
- 08:15** Oro: prezzo in lieve calo a 1776 dollari
- 08:13** Borsa: Asia chiude in calo, si guarda a riunione Opec
- 08:10** Petrolio: Opec+ diviso su accordo, prezzo in deciso calo

[» Tutte le news](#)

informazione pubblicitaria

informazione pubblicitaria

“SG Company - conclude la Chief Operating Officer – ha affrontato questo periodo adottando un atteggiamento improntato all’anti-fragilità collettiva, ovvero ci siamo evoluti per diventare ed essere qualcosa di diverso. La nostra anti-fragilità è collettiva perché abbiamo deciso di includere in questo nuovo percorso tutte le persone che hanno contribuito al nostro successo e le collettività di riferimento. Inoltre, grazie all’attività di open innovation, abbiamo aperto la società alle start-up. **Faremo innovazione cercando di includere, attraverso partnership o operazioni di M&A**, delle realtà che aiutino anche il tessuto economico italiano a ripartire basandosi su quelli che sono i trend in atto e che riguardano la digital transformation del business”.

Verdesca fa poi un bilancio sui due anni di quotazione delle società all’AIM: “In generale penso che in Italia venga sottovalutato il valore della quotazione. Il mercato si attiene alle strette regole di controllo e di gestione che hanno i mercati regolamentati. C’è però una differenza: le società quotate all’AIM sono PMI guidate da imprenditori in prima linea che fanno da manager e sono forse la vera espressione del tessuto imprenditoriale italiano. L’aumento di capitale è finalizzato alla digital transformation del Gruppo nonché all’aumento del flottante che al momento è molto limitato e raggiunge circa il 18%”.

Come rileva infine il Chairman & CEO di SG Company **“durante la pandemia abbiamo perso oltre il 70% del nostro fatturato e circa l’80% della nostra capitalizzazione** e questi numeri possono essere solo un ulteriore incentivo a recuperare quanto perduto per tornare ad esprimere il vero valore che oggi i soli numeri non permettono purtroppo di scorgere”.

La responsabilità editoriale e i contenuti sono a cura di ADVISOR, testata edita da Open Financial Communication

CONDIVIDI



AGENZIA ANSA - periodicità quotidiana - Iscrizione al Registro della Stampa presso il Tribunale di Roma n. 212/1948
 P.I. IT00876481003 - © Copyright ANSA - Tutti i diritti riservati



Scegli edizioni ▼

HOME	ECONOMIA	REGIONI	MONDO	CULTURA	TECNOLOGIA	SPORT
<ul style="list-style-type: none"> • Ultima Ora • Cronaca • Politica • Economia • Mondo • Cultura • Cinema • Tecnologia • Sport • Calcio • FOTO • VIDEO • PODCAST • Magazine • Speciali • Meteo 	<ul style="list-style-type: none"> • Borsa • Industry 4.0 • Professioni • Real Estate • PMI • Ambiente & Energia • Motori • Mare • Aziende ed Emergenza Covid19 	<ul style="list-style-type: none"> • Abruzzo • Basilicata • Calabria • Campania • Emilia Romagna • Friuli Venezia Giulia • Lazio • Liguria • Lombardia • Marche • Molise • Piemonte • Puglia • Sardegna • Sicilia • Toscana • Trentino-Alto Adige/Suedtirolo • Umbria • Valle d'Aosta • Veneto 	<ul style="list-style-type: none"> • Europa • Nord America • America Latina • Africa • Medio Oriente • Asia • Oceania • Dalla Cina • Europa-Ue 	<ul style="list-style-type: none"> • Cinema • Moda • Teatro • TV • Musica • Libri • Arte • Un Libro al giorno • Un Film al giorno 	<ul style="list-style-type: none"> • Hi-Tech • Internet & Social • TLC • Software&App • Osservatorio Intelligenza Artificiale 	<ul style="list-style-type: none"> • Calcio • Formula 1 • Moto • Golf • Basket • Tennis • Nuoto • Vela • Sport Vari

CANALI ANSA