

# PREMIO ECCELLENZA 2015

## I VINCITORI NELLE VARIE CATEGORIE



## I MANAGER ECCELLENTI 2015 - MANAGERITALIA

### **Elena Aniello (Brand e strategic marketing director Artsana)**

#### Profilo:

Brand e strategic marketing director Artsana

Classe 1967. è responsabile delle attività di comunicazione (digital e marketing strategico) e della definizione dei progetti innovativi di tutti i marchi a livello internazionale di Artsana. Coordina i progetti marketing e innovazione di prodotto e definisce le direttive dei progetti trasversali. Già direttore marketing strategico nel Gruppo Feltrinelli e del Gruppo Amadori. In quest'ultimo ha fatto parte del comitato esecutivo come supporto agli azionisti nella definizione della strategia di business innovation, marketing, comunicazione, ricerca e sviluppo. Ha collaborato con le più importanti società di consulenza strategica come McKinsey, Bain e Accenture, sviluppando un'esperienza ventennale in contesti nazionali e internazionali. Ha gestito progetti complessi per le più importanti aziende e industrie italiane, acquisendo un'esperienza ad ampio raggio nel marketing strategico caratterizzato da una vocazione rivolta al consumatore. È stata membro della commissione "Accent on Italy", un gruppo di studio sui nuovi parametri di cambiamento e i relativi impatti sull'agenda dei ceo, che ha portato alla pubblicazione di un libro con lo stesso titolo.

#### Motivazione:

Elena è riuscita sempre a conciliare una brillante ed impegnativa carriera con una vita familiare e personale di grande soddisfazione. Si è confrontata con ambienti diversi riuscendo sempre ad

entrare in sintonia con i suoi collaboratori, portando allegria, spontaneità, impegno e dedizione. La sua formazione umanistica ha dato valore aggiunto alle competenze di marketing ed economiche facendola distinguere in ogni sfida professionale. In particolar modo nell'ultima posizione ricoperta, grazie alla sua esperienza di manager, di donna, madre e amica, ha potuto dare il meglio di sé, interpretando e facendo sua la filosofia di Artsana che, con lo storico marchio Chicco, vuole dare supporto ai genitori, non solo con prodotti all'avanguardia, ma soprattutto attraverso iniziative speciali che propongano contenuti, strumenti e consigli per affrontare l'esperienza unica di avere un bambino piccolo. Di questi progetti, ad integrazione della comunicazione tradizionale, si è occupata Elena Aniello con il suo team.

Tra gli ultimi progetti realizzati quello di un programma tv dedicato ai primi mesi di vita dei neonati: *«Chicco è il brand del mondo del bambino in Italia e anche a livello globale: quello che stiamo costruendo dal punto di vista strategico in questi anni è amplificare questo elemento della marca, - spiega Elena Aniello - che si sostanzia nella capacità di essere accanto alle famiglie, fin da subito e in tutti i momenti che l'esperienza genitoriale comporta. Per sostenere l'essenza del nostro brand, "dove c'è un bambino", occorre essere presenti in un momento così importante, spesso unico e sempre magico, come quello dell'arrivo di un bambino.»* Chicco non poteva poi mancare a Expo, per rendere l'esperienza dell'esposizione universale un momento a misura di famiglia: mille passeggini di cortesia, gratuiti; 14 aree nursery; 10 punti ristoro; 1000 prodotti per la pappa tra seggioloni, rialzi sedia e scalda-biberon. *«Siamo un brand globale, presente in 180 paesi, con oltre la metà del giro d'affari generato dovuto dai mercati esteri, ma rimaniamo fortemente e volutamente connessi al nostro Paese di appartenenza, l'Italia, in cui nascono sempre meno bambini: per questo è ancora più importante essere rilevanti e dare un supporto concreto ai consumatori»*, conclude Elena Aniello.

## **Giulio Crosetto (Consigliere delegato Praxi)**

### Profilo:

Consigliere delegato Praxi

Classe 1936. Coniugato con due figli. Durante il liceo è redattore di un periodico studentesco e si adopera fattivamente nel sociale. All'esame di maturità, nel 1955, è premiato con la Medaglia d'oro della Camera di commercio. Nello stesso anno assume la presidenza di una "Conferenza di San Vincenzo" e ne resta presidente per tutti gli anni del Politecnico. Consegue due lauree a pieni voti: Ingegneria ed Economia. È iscritto all'Ordine degli ingegneri di Torino. Nel 1961 inizia la libera professione come consulente in organizzazione aziendale. Nel 1966 avvia un'attività imprenditoriale con il marchio "Praxi - Studio dott. ing. Giulio Crosetto", che si sviluppa rapidamente; a fine anni Sessanta vengono aperti gli uffici di Milano, Genova e Roma, fino alle attuali dieci sedi. Nel 1975, lo studio si trasforma in srl e nell'86 la società assume l'attuale ragione sociale "Praxi spa - Organizzazione e consulenza" con un capitale di sei milioni di euro e 250 consulenti (di cui 40 dirigenti). Negli ultimi anni sono state costituite due società con sede a Londra: Praxi Alliance – Worldwide executive search e Praxi Valuations – Global independent advisers.

### Motivazione:

Una Società in crescita costante sia dal punto di vista dimensionale (1980: 90 dipendenti - 1990: 200 dipendenti - 2000: 230 dipendenti - 2015: 250 dipendenti, di cui 40 dirigenti), sia di fatturato (2012: € 22.026.000 - 2013: € 20.787.000 - 2014: € 24.935.000). La società ha uno sviluppo molto rapido grazie ad alcune intuizioni molto innovative negli anni '70 con la costante apertura di nuove sedi in diverse città, fatto assolutamente eccezionale per quell'epoca. Una forte coesione del gruppo di lavoro, derivata anche dalla collaborazione con consulenti dipendenti, inquadrati a tempo indeterminato. La scelta di effettuare la consulenza con gruppi di lavoro omogenei nella cultura, ma

diversificati nelle competenze. La convinzione che l'attività svolta richiede la gara e la contesa, che sono parte del vivere imprenditoriale, ma altresì la ferma volontà di giocare sempre ogni partita ed ogni incarico con correttezza ed onestà. Praxi da anni ha avviato un sistema premiante, esteso ai dipendenti di qualsiasi livello, che ha dato ottimi risultati nel favorire la produttività e la coesione aziendale fra tutti i dipendenti.

## **Gerhard Dambach (Amministratore delegato Robert Bosch Spa)**

### Profilo:

Amministratore delegato Robert Bosch spa

Classe 1962. Dirigente d'azienda di lungo corso, con una solidissima base culturale e un percorso aziendale sempre di alto profilo. Da un decennio a capo di Bosch Italia – una delle location Bosch più importanti al mondo – e della Regione Europe South. Ha prima contribuito in maniera determinante a sviluppare il business del gruppo e l'espansione sul territorio italiano con l'acquisizione di nuove imprese e poi a traghettare l'azienda attraverso gli anni della crisi più acuta del mercato, mantenendo sempre fermo il timone verso una rotta di crescita e diversificazione. Ha conseguito, unitamente ai risultati, importanti traguardi in temi considerati strategici dal gruppo, per esempio diffondendo tra i giovani neolaureati la conoscenza dei plus e dei valori della Bosch, fino a proiettarla tra le aziende più ambite per i futuri manager. La sua dedizione e l'attaccamento dimostrato negli anni al mercato e all'Italia fanno di lui un manager di spessore internazionale che ha saputo interpretare, e farla sua, la parte migliore che il nostro Paese, i suoi manager e i suoi cittadini sanno esprimere nel loro lavoro.

### Motivazione:

Lo stimolo continuo verso le energie giovanili per una costante spinta all'innovazione, sia dei prodotti che della metodologia per un vasto successo di mercato costituisce l'imprinting principale di Gerhard Dambach, rafforzato da una cultura aziendale che vede nel progresso umano (quindi non solo nello sviluppo) la vera e propria missione della propria attività. Su questa linea si inserisce l'ultimo progetto CRS, ancora in corso, definito "Allenarsi per il futuro" che ha l'obiettivo di contrastare la disoccupazione giovanile attraverso l'orientamento scolastico e la metafora dello sport. Progetto portato avanti insieme a Randstad (che è anche tra i premiati). Caratteristica preminente di Dambach è la grande assertività, che, pur nel quadro di una indiscutibile capacità di leadership, rende stimolante la collaborazione con lui. Il tratto riflessivo, calmo quanto determinato, lo rende capace di affrontare le eventuali difficoltà di mercato grazie ad un surplus di energie che i suoi collaboratori sono pronti ad offrire in qualsiasi momento, certi di riceverne un riconoscimento, ancorché tacito e non sbandierato. Un recente video apparso online illustra questa sua caratteristica nel modo migliore, allorché in occasione di un concorso aziendale interno, Dambach si è prestato con entusiasmo a suonare il pianoforte per accompagnare il suo team di assistenti nel brano "We are Bosch", versione riadattata della canzone We are the World, creata per il "Live Africa" di 30 anni fa.

## **Mario Gasbarrino (Amministratore delegato Unes)**

### Profilo:

Amministratore delegato Unes

Classe 1953, laureato in Matematica a Napoli, coniugato con due figlie. Da sempre nella Grande distribuzione, dopo aver maturato esperienze significative in importanti aziende del settore, appena entrato in Unes, nel 2006, ha avuto il coraggio di iniziare un percorso "controcorrente". In pochi anni è riuscito a trasformare radicalmente la politica commerciale di Unes attraverso lo sviluppo di

un nuovo format (U2 Supermercato) innovativo per il mercato italiano che applica la formula Every day low price. U2 è un format controcorrente perché ha abbandonato i canoni tipici del supermercato hi-low eliminando volantini promozionali, raccolte punti e tessera fedeltà, garantendo al cliente prezzi bassi senza rinunciare alla qualità. Grazie allo sviluppo del nuovo format, il fatturato di Unes, in anni di crisi per il settore retail, è quasi raddoppiato, passando da 500 a 900 milioni di fatturato, dimostrando che si può crescere anche in un mercato maturo e in recessione, “a volte basta cambiare punto di vista, ragionare con la testa del cliente e avere coraggio, determinazione, coerenza e un pizzico di follia!”.

#### Motivazione :

Mario Gasbarrino, dopo aver maturato esperienze in importanti aziende della Grande Distribuzione italiana, è riuscito negli ultimi anni nell'intento di trasformare radicalmente la politica commerciale di Unes attraverso lo sviluppo di un nuovo format (U2 Supermercato), innovativo per il mercato italiano, che applica la formula Every Day Low Price. U2 è un format "controcorrente" perché abbandona i canoni tipici del supermercato hi-low eliminando il volantino promozionale, le raccolte punti e la tessera fedeltà, garantendo al cliente ogni giorno prezzi convenienti senza rinunciare alla qualità. U2 Supermercato è inoltre caratterizzato da una grande attenzione per i reparti freschi e per i prodotti Private Label. Grazie allo sviluppo del nuovo format il fatturato di Unes è cresciuto significativamente sotto la sua guida. Mario Gasbarrino ha avuto coraggio nell'iniziare un percorso "controcorrente" già nel 2009, essendo entrato in azienda solo l'anno prima, riuscendo a realizzare una crescita in periodi di recessione. Sa creare motivazione a tutto il personale dell'azienda, mantenendo loro il posto di lavoro, anzi, aumentandoli significativamente. Sa ottenere tramite le performance degli U2, incrementi di fatturato, di competitività e di soddisfazione per la clientela senza termini di paragone in Italia, anzi, sbaragliando il campo con tutti per diversi anni anche consecutivi. Ha avuto la capacità di salvare e sviluppare il business dell'azienda in maniera crescente con una politica commerciale che va controcorrente rispetto al mercato della grande distribuzione. Lungimirante, curioso, pone sempre una grande attenzione e cura maniacale in ogni sua azione. I risultati della sua determinazione gli danno ragione. Si potrebbe definire lo "Steve Jobs" della GD, Stay hungry..Stay foolish!

### **Palmiro Noschese (Area director Italy Melià Hotels International)**

#### Profilo:

Area director Italy Melià Hotels International

Laureato in Turismo per i beni culturali, Palmiro Noschese è Area director Italy Melià Hotels International e da aprile 2012 responsabile per l'Italia del global sales per la parte inbound e outbound. Membro del Management petit committee del brand Melià che riunisce il corporate team internazionale della Melià Hotels International, primaria compagnia nel turismo di vacanza e leader assoluta nel mercato spagnolo, con oltre 350 alberghi distribuiti in 41 paesi di 4 continenti e oltre 35mila dipendenti. Active membro attivo dal 2002 in Ehma - European hotel manager associations, è responsabile dei rapporti istituzionali con assegnazione medaglia del presidente della Repubblica. è stato vincitore nel 2013 del titolo di General manager italiano dell'anno e in concorso per il titolo europeo svoltosi a Montecarlo nel 2014. Oggi, oltre alla supervisione e al coordinamento delle strutture sul territorio italiano con delega allo sviluppo, è membro e tesoriere del consiglio direttivo Aica, nonché membro della giunta di Federturismo e responsabile Expo 2015 per la Regione Lazio, già Cavaliere, è dal 2010 anche Commendatore della Repubblica.

#### Motivazione:

Grande e diversificata esperienza in un settore determinante come quello turistico. Vanta significative esperienze organizzative ed operative in ambito finanziario, in Sales & Marketing e comunicazione, nello sviluppo di nuove opportunità di business sia nel mercato 4 stelle che nel

lusso, maturate presso importanti catene alberghiere. Palmiro Noschese si contraddistingue per aver maturato eccellenti competenze di leadership e per aver costruito una elevata fedeltà dei suoi collaboratori; uno spiccato senso di adattabilità a stili e culture diverse ne completano il profilo manageriale. Melia Hotels International, sotto la Direzione di Palmiro Noschese, è una società in continua espansione dimensionale e di fatturato con un relativo aumento dell'occupazione aziendale. Allo sviluppo sul territorio è corrisposto negli ultimi anni un aumento del fatturato aziendale dovuto principalmente a due fattori: la continua crescita nei mercati in cui sono presenti gli Hotel sotto la responsabilità di Palmiro Noschese, sia in termini di posizionamento che di occupazione e prezzo medio di vendita; l'incremento del portafoglio di Hotel presenti nella società, grazie alle nuove aperture che ha diretto. Tra i progetti innovativi, la sperimentazione di nuovi concetti gastronomici che trasmettono le culture locali e la volontà di dar vita ad architetture basate su concept particolarmente coinvolgenti. Noschese ha sempre guardato con particolare interesse al proprio settore di competenza e ai progetti di rilancio del turismo. La filosofia che Noschese cerca di trasmettere ai suoi collaboratori e che condivide nelle numerose docenze che abitualmente tiene è quella della positività, della grinta e della produttività; quella volontà di esplorare sempre nuovi fronti, anche quelli più ardui per creare un ambiente che sia al contempo stimolante, motivante ed altamente competitivo. Noschese ha infine una costante e vigile attenzione per i diritti dell'infanzia e dell'uguaglianza e attiva partecipazione a progetti nell'ambito della "Social Responsibility".

## **LE AZIENDE ECCELLENTI 2015 - CONFCOMMERCIO**

### **Expo 2015 SpA**

#### Profilo:

Dal 1° maggio al 31 ottobre 2015 Milano ha ospitato l'Esposizione Universale, manifestazione che da sempre consente ai Paesi del mondo di mostrare il meglio delle proprie tecnologie e innovazioni, stimolo al progresso umano. "Nutrire il Pianeta, Energia per la Vita" è stato il tema di Expo Milano 2015 che ha animato il confronto internazionale attraverso gli appuntamenti organizzati sia all'interno sia all'esterno dello spazio espositivo, con l'obiettivo di dare risposte concrete a un'esigenza vitale per l'umanità: garantire cibo sano e sufficiente per tutti nel rispetto della Natura, evitando eccessi e ingiustizia alimentare. I 140 Paesi partecipanti hanno presentato soluzioni tecniche e condiviso know how per vincere la sfida epocale di un mondo che vive forti contraddizioni. Expo Milano 2015 ha inaugurato un nuovo modello di Esposizione Universale dando vita ad un evento globale e interattivo, con protagonisti i Paesi Partecipanti, le Organizzazioni internazionali, le associazioni della società civile, i partner e la comunità scientifica ed economica internazionale. Una piattaforma aperta di confronto, di idee e soluzioni.

#### Motivazione:

Expo Milano 2015 è stato un grande evento, ammirato e apprezzato da milioni di persone di tutto il mondo, che ha contribuito a consolidare e rafforzare la tradizione e l'eccellenza di Milano nel campo dell'accoglienza, della creatività, dell'organizzazione, della sicurezza, della solidarietà. Una scommessa vinta da Milano e dall'Italia, tornate con forza alla ribalta internazionale, dove il gioco di squadra tra pubblico e privato ha permesso di ottenere un successo per nulla scontato. Una sfida affrontata con determinazione, entusiasmo e orgoglio.

Un luogo fisico dove si sono incontrate culture diverse, dove si sono intrecciate importanti relazioni internazionali, ma anche un luogo in cui sono stati assunti impegni importanti come la Carta di Milano, il diritto all'accesso al cibo come diritto fondamentale dell'umanità. Un grande evento di cultura popolare testimoniato dall'entusiasmo e dal civismo dei visitatori che per sei mesi hanno invaso e colorato il sito espositivo. Grazie Giuseppe Sala e grazie a tutta la squadra di Expo per

l'impegno che ha portato a scrivere una delle più belle pagine della storia di Milano e del nostro Paese.

## Facebook Italy srl

### Profilo:

Fondata nel 2004 a Menlo Park da Mark Zuckerberg e in Italia dal 2009, la missione di Facebook è offrire alle persone il potere di rendere il mondo sempre più aperto e connesso. Facebook è stare in contatto con i propri amici e familiari, scoprire cosa succede nel mondo, esprimere e condividere. In Italia, 27 mln di persone, 24 da mobile, utilizzano Facebook mensilmente, 22 mln giornalmente, 19 da mobile. Facebook crea strumenti facili, subito accessibili ed evoluti per consentire a tutti di connettersi e condividere in modo libero e consapevole, garantendo sempre sicurezza e trasparenza. Facebook, da social network brand a vera piattaforma a 360°, per una esperienza social senza limiti di contenuti, tempo e spazio che genera valore per l'economia. E' quanto emerso dallo studio Deloitte sull'impatto economico e sociale di Facebook in Europa, secondo cui nel 2014 ha generato solo in Italia un impatto economico di 6 mld di dollari e ha contribuito a creare 70.000 posti di lavoro. Facebook è partner strategico per il business: con 2,5 mln di inserzionisti in tutto il mondo e 45 mln di pagine attive di aziende, con cui lavora lavora, insieme alle agenzie media, per sviluppare campagne pubblicitarie coinvolgenti, personalizzate ed efficaci.

### Motivazione:

Fondata nel 2004 a Menlo Park da Mark Zuckerberg e in Italia dal 2009, la missione di Facebook è quella di offrire alle persone il potere di condividere e rendere il mondo sempre più aperto e connesso. Con **Boost your Business**, l'iniziativa itinerante sviluppata insieme a Confcommercio-Imprese per l'Italia, **Facebook** contribuisce alla realizzazione di un processo di digitalizzazione reale delle piccole e medie imprese italiane del settore terziario e di un uso di Internet che sappia valorizzarne gli obiettivi di business. In questo contesto rappresenta per le imprese il partner ideale in grado di assicurare non solo strumenti efficaci di targetizzazione, engagement e misurazione dei risultati, ma anche un bacino di utenza che solo in Italia raggiunge 22 milioni di persone ogni giorno, 19 al giorno da dispositivo mobile. Così anche nell'era di internet, il negozio tradizionale non scompare ma si rilancia, e grazie a Facebook si ripensa digitale, riesce ad aumentare traffico sul punto vendita, trova nuovi clienti mentre rimane connessa con i clienti esistenti.

## Grandi magazzini e supermercati Il Gigante SpA

### Profilo:

Il Gigante, 45 anni di storia italiana. 35 supermercati e 18 ipermercati, 6.000 professionisti tra Lombardia, Piemonte ed Emilia Romagna. Lo spirito è la costante ricerca della qualità e di un servizio competente e cordiale. L'obiettivo è il miglior servizio al giusto prezzo, in un ambiente confortevole ed attraente, privilegiando la territorialità dei prodotti ed esigendo dai fornitori standard qualitativi di eccellenza. Il Gigante è un'azienda innovatrice pur mantenendo in alcune aree, come quelle dei prodotti freschi, caratteristiche orientate alla tradizione. Le panetterie, le pasticcerie, le gastronomie e le pescherie de Il Gigante rappresentano, realizzando tutto il processo di produzione alla vista del cliente, un baluardo imprescindibile di genuinità, freschezza e tradizione alimentare, oltre che una validissima scuola di formazione per la crescita professionale delle giovani generazioni che hanno così l'opportunità di acquisire professionalità e competenze uniche. Il Gigante e il Sociale, un binomio imprescindibile, con iniziative per i giovani, manifestazioni culturali locali, volontariato, il Banco Alimentare e il programma di recupero delle merci non più commercializzabili ma nutrizionalmente integre da destinare a famiglie bisognose.

### Motivazione:



Da oltre 40 anni “Il Gigante” costituisce un’eccellenza tutta italiana nel panorama distributivo nazionale; in Lombardia, Piemonte ed Emilia Romagna sono attivi 35 supermercati e 18 ipermercati che danno quotidianamente lavoro a circa 6000 persone.

Da sempre le parole d’ordine sono qualità, servizio e cordialità. L’attenzione al prezzo, non penalizza gli alti standard qualitativi a cui l’affezionata clientela è da sempre abituata. I laboratori di produzione interna coniugano sapientemente innovazione e tradizione e, con l’intero processo di produzione a vista, sono garanzia di genuinità, freschezza e tradizione alimentare. “Il Gigante” è inoltre particolarmente attiva sul fronte del sociale sostenendo iniziative di carattere sportivo e culturale rivolte ai giovani e, in collaborazione con diverse Onlus, operando in via continuativa a supporto dei soggetti più bisognosi. Per Confcommercio avere tra le proprie aziende associate “Il Gigante” e tra i propri imprenditori un uomo come Giancarlo Panizza dotato di impareggiabili doti umane e professionali è motivo di grande orgoglio.

## **Ingenico Italia SpA**

### Profilo:

Ingenico Italia è la consociata italiana di Ingenico Group, leader mondiale nelle soluzioni complete per i pagamenti elettronici. Costituita nell’Ottobre 2000, Ingenico Italia celebra proprio quest’anno i suoi primi 15 anni di attività. Opera nel settore bancario e propone soluzioni innovative e complete anche per i settori retail, petrol, horeca, trasporti, pubblica amministrazione e servizi. Ingenico offre diverse tipologie di terminali in grado di gestire, presso gli esercizi commerciali, le transazioni di pagamento con ogni tipo di strumento, rispettando tutti i criteri di riservatezza dei dati e di sicurezza richiesti dai circuiti bancari internazionali. I terminali di pagamento possono essere installati presso tutti i tipi di esercizio commerciale, utilizzati per attività di vendita in mobilità, integrati in sistemi di cassa presso la gdo o inseriti all’interno di chioschi, vending machine o biglietterie automatiche. Leader di mercato nazionale, Ingenico Italia offre servizi di assistenza e post-vendita su tutto il territorio. Dal 2011 coordina le attività dell’area Eastern Europe e dal 2015 ha assunto anche la responsabilità in Central Europe e in Africa. Ingenico è certificata ISO9001:2008 e ISO22301:2012

### Motivazione:

Ingenico si contraddistingue per la sua capacità propositiva, avendo introdotto negli anni, sul mercato italiano, molteplici innovazioni relative all’utilizzo dei sistemi di accettazione dei pagamenti nei più svariati ambiti e personalizzati per i più significativi settori verticali, diventando, di fatto, il leader nazionale con oltre l’85% della base installata. In particolare, nel settore dei “mobile payments”, Ingenico è il primo fornitore di terminali portatili (mPOS) integrabili con i dispositivi mobili (smartphone o tablet) già in dotazione a commercianti e professionisti e sta promuovendo la nuova architettura anche presso paesi esteri.

Ingenico si distingue anche per l’attenzione verso i propri clienti in quanto fornisce un supporto completo a 360° durante l’intero ciclo di vita dei progetti: dalla pre-vendita per la progettazione e la realizzazione di nuovi sistemi di pagamento e servizi basati su carte e sull’identificazione sicura degli utenti, fino al post-vendita con servizi di logistica, di assistenza tecnica help-desk, riparazioni e manutenzione anche “in field” su tutto il territorio nazionale. Ingenico è certificata ISO9001:2008 e ISO22301:2012.

Grazie alle sue capacità tecniche e manageriali, dal 2011 Ingenico Italia è stata incaricata dalla casa madre a coordinare tutte le attività nell’area Eastern Europe e dal 2015 gli è stata affidata anche la responsabilità dell’operatività in Central Europe e in Africa, dove il Gruppo è già presente con proprie sedi operative, oltre che con partner locali. Questo riconoscimento è vissuto da Ingenico come una grande opportunità per portare la cultura e la tecnologia italiana anche fuori dai confini nazionali.

## **Randstad Italia SpA**

### Profilo:

Quando il talento incontra un'opportunità nascono storie di successo. L'opportunità, spesso, si chiama lavoro. Ed è proprio per dare maggiori opportunità a persone e ad Aziende che nasce Randstad, una holding internazionale fondata in Olanda nel 1960 e presente oggi in 39 paesi, specializzata nella ricerca, selezione, formazione e somministrazione di lavoro. La missione di Randstad è: *Shaping the world of work*, dare forma al mondo del lavoro. Un traguardo da concretizzare trovando ai candidati l'occupazione per la quale sono più adatti e fornendo ai datori di lavoro i migliori talenti sul mercato. In Italia dal 1999, Randstad conta oggi su oltre 1.000 dipendenti motivati e altamente specializzati, che mettono in pratica i principi fondanti della società: conoscere le esigenze dei propri interlocutori; creare rapporti di fiducia; fornire un servizio di qualità eccellente. Con questo spirito e grazie a servizi costruiti su di esso, Randstad risponde alle esigenze di ogni Azienda, con valori certificati, impegno e trasparenza. RANDSTAD è la prima Agenzia per il Lavoro ad avere ottenuto in Italia le certificazioni SA8000 (Social Accountability 8000) e GEES (Gender Equality European Standard) in materia di "pari opportunità".

#### Motivazione:

**Shaping the world of work**, dare forma al mondo del lavoro, questa la mission di Randstad. La capacità di essere per i propri clienti un partner competente, affidabile e professionale è l'elemento chiave che garantisce la qualità del servizio offerto da Randstad in ogni Paese in cui è presente. Dal 1960, quando Randstad era solo una bicicletta, due studenti e 500 fiorini, sono passati tanti anni ma l'idea di Frits Goldschmeding - il fondatore - e Ger Dalebout è intatta: credere e far sì che il mercato del lavoro sia diverso e migliore, e che la flessibilità (buona) sia il modo giusto per ottenerlo. Puntare sull'**employer branding** come strumento cruciale per attrarre e trattenere i talenti giusti per l'organizzazione, sul "**perfect match**", come l'incontro perfetto tra le persone alla ricerca del lavoro giusto e le aziende alla ricerca dei migliori talenti, assicurandone sempre gli standard più elevati, sullo "**striving for perfection**", ovvero lo spirito di eccellenza. Così si diventa la seconda agenzia di servizi HR al mondo.

## FORMAZIONE – CFMT

### **Mida**

#### Profilo:

Da 41 anni Mida accompagna le trasformazioni che si succedono nelle modalità con cui aziende e persone migliorano performance e risultati. Nell'aprile 2015 ha consolidato la sua vocazione internazionale aprendo una società - Mida Asia - a Honk Kong. Mida aiuta le persone a esplorare e a esprimere pienamente il proprio potenziale, disegna e realizza sistemi HR che generano engagement, progetta ambienti organizzativi che producono eccellenza. Per Mida lavorano 30 professionisti del settore, di cui 10 partner, un team multidisciplinare di specialisti complementari tra di loro, capaci di dar vita a relazioni produttive e collaborative con tutti gli attori del sistema cliente. Profondamente legati alla filosofia Mida, mettono in pratica e concretizzano le idee, con passione, lo sguardo sempre al futuro e la mente aperta, in costante evoluzione. Un network di partnership, con organizzazioni e professionisti dinamici, che è fonte inesauribile di ricerca e sviluppo. Gli interventi di Mida mirano a produrre salti di qualità nelle performance degli individui e dei team, nell'engagement del capitale umano, nello spirito di innovazione e nei risultati.

#### Motivazione:

Per la professionalità e il coinvolgimento con cui accompagnano, da 41 anni, aziende, team e individui nel costante miglioramento delle performance e dei risultati attraverso le persone. Per la



dedizione con cui supportano le persone ad esplorare e ad esprimere pienamente il proprio potenziale, disegnando sistemi HR che generano engagement e progettando ambienti organizzativi che producono eccellenza. Per la capacità di aver saputo creare un team multidisciplinare in continua evoluzione, fatto di specialisti appassionati, con lo sguardo sempre rivolto al futuro e la mente aperta. Per aver accompagnato CFMT con passione per quasi vent'anni, per essersi contraddistinto come top performer tra i docenti nell'area Gestione Risorse Umane ed aver dimostrato intuito e lungimiranza nell'affiancare CFMT nello sviluppo di un progetto innovativo e di grande valore sociale.

## **Nagima**

### Profilo:

Nagima è una società di consulenza e formazione che affianca le aziende nei processi di crescita e trasformazione aziendale, nello sviluppo dei sistemi di supporto alle decisioni e di gestione delle performance di business. Per raggiungere questi obiettivi Nagima ha creato un team di persone con specializzazioni ed esperienze professionali internazionali diversificate nell'ambito della finanza, dell'organizzazione, dei processi di business e vendita e del project management. Queste esperienze vengono integrate e combinate in modo unico per creare soluzioni complete e 'tagliate su misura' per il cliente. Alla base del lavoro di Nagima c'è la convinzione che lo sviluppo e lo scambio di conoscenza siano all'origine di idee innovative e di soluzioni pragmatiche. Per questa ragione i suoi interventi producono soluzioni di business, formazione e attività di business coaching. Grazie a questo approccio il rapporto professionale con il cliente si trasforma nel tempo in una partnership che definisce il bisogno, la soluzione e l'applicazione operativa al business.

### Motivazione:

Per la professionalità nell'affiancare le aziende nei processi di crescita e trasformazione aziendale, nello sviluppo dei sistemi di supporto alle decisioni e di gestione delle performance di business. Per la capacità di aver costruito un team efficace, formato da persone con specializzazioni ed esperienze professionali diversificate nell'ambito della finanza, dell'organizzazione, dei processi di business e vendita e del project management, a livello nazionale ed internazionale. Per la competenza nell'integrare e combinare queste esperienze creando soluzioni efficaci e 'tagliate su misura' per il cliente. Per l'abilità nel saper trasformare i rapporti con i clienti in partnership, favorendo lo sviluppo attraverso un proficuo scambio di conoscenza reciproca. Per aver collaborato con CFMT per quasi vent'anni con spirito di innovazione e intraprendenza, per essersi distinto per i numerosi riconoscimenti da parte di moltissimi dirigenti che hanno frequentato i seminari dell'area Controllo di gestione e Finanza ed aver saputo guardare sempre oltre con progetti innovativi.