



**WHY
ITALY
IS *definitely*
ALIVE &
KICKING**

INTRODUZIONE



Il percorso dell'Advisory Board WPP | The European House - Ambrosetti, giunto nel 2022 alla undicesima edizione, attraverso questo pamphlet, celebra ogni anno **dieci aziende operanti in Italia** che si sono distinte per buoni risultati economici, capacità di innovazione, comunicazione attenta e partecipata con i propri stakeholder, attenzione ai territori in cui operano, investimenti e progetti ad alto impatto sociale. L'ambizione è quella di celebrare la "resilienza" e le competenze del sistema-Italia, puntando sulla valorizzazione dell'insieme delle caratteristiche tangibili e intangibili legate alla cultura, all'imprenditorialità e al "saper fare" del Paese.

Negli ultimi mesi lo scenario di riferimento è drasticamente mutato. Sono infatti in atto **5 fattori di crisi** che non si erano mai registrati contemporaneamente: la **pandemia COVID-19**, ancora un'emergenza di salute pubblica globale; **il conflitto russo-ucraino**, che sta generando instabilità globale e gravi conseguenze sociali; **la crisi inflattiva** generata dalla ripresa economica del 2021

INTRODUZIONE

e ulteriormente accelerata nel 2022, con impatti sui costi delle materie prime; **l'incremento dei costi dell'energia**, ulteriormente rafforzato anche a causa del conflitto in Ucraina; la **disruption delle catene di approvvigionamento**, con impatti particolarmente gravi per le filiere economiche dell'Italia.

All'interno di questa **"tempesta perfetta"**, carica di incertezza e instabilità crescente, è ancora più fondamentale che imprese e territori si dotino di una pianificazione strategica di medio-lungo periodo che faccia leva sulle grandi transizioni (green e digitale), con l'obiettivo di delineare un futuro più sostenibile, più inclusivo e più resiliente.

Si tratta, in altre parole, di dare concreta attuazione alle visioni e agli interventi delineati dall'Unione Europea in Next Generation EU e dall'Italia nel Piano Nazionale di Ripresa e Resilienza.

Le aziende protagoniste dell'edizione 2022 del "Why Italy is Definitely Alive and Kicking" sono selezionate sulla base degli impatti economici, ambientali e sociali delle loro attività e del loro contributo allo sviluppo e all'evoluzione del territorio e delle comunità in cui sono insediate. In particolare, sono state classificate in tre cluster di imprese:

- A. Grandi aziende e multinazionali investitrici:** realtà italiane e internazionali di successo e consolidate che si distinguono per la capacità di generare impatti economici, sociali e ambientali positivi, garantendo la crescita dei territori;
- B. Imprese con imprenditrici e/o manager femminili al vertice:** imprese nazionali e internazionali fondate o dirette da imprenditrici femminili;
- C. Imprese di giovani talenti:** aziende italiane e internazionali di minori dimensioni fondate da giovani che si distinguono per l'elevata rilevanza socio-ambientale delle proprie attività economiche e per il contributo all'innovazione per il mercato di riferimento.

Queste imprese non sono necessariamente le migliori del loro settore né rappresentano gli unici casi di successo in Italia, ma le loro scelte strategiche, di investimento e di comunicazione testimoniano la forza dell'Italia che, oggi più che mai, è definitivamente viva e vegeta. Queste 10 aziende si uniscono alle oltre 80 realtà celebrate negli anni precedenti. Queste storie rappresentano, a nostro parere, esempi da cui trarre la motivazione e l'ispirazione a trasformare le sfide in opportunità e a rendere la propria crescita più solida, inclusiva e sostenibile. Su questa sfida si gioca il futuro delle generazioni a venire ma anche l'attrattività del nostro Paese oggi.

ATOS

Atos è leader nella trasformazione digitale e primo player in Europa in ambito Cybersecurity, Cloud e High Performance Computing. Atos è al fianco delle più grandi aziende e organizzazioni in Italia, ogni giorno, per garantire la migliore esperienza, fornendo prodotti, soluzioni e un nuovo modo di lavorare, ora e nel futuro.

REASON WHY

Atos offre Innovazione digitale per accelerare il progresso unendo persone, business e tecnologia in una crescita sostenibile.

Atos Italia è una delle principali realtà del Paese, un partner per l'innovazione e la trasformazione digitale in grado di abilitare servizi digitali a sostegno dello sviluppo di organizzazioni, processi e tecnologie.

KEY FACT AND FIGURES

Con un fatturato annuo di oltre 300 milioni di Euro e in continua crescita anno su anno, Atos Italia conta oltre 1.600 dipendenti sul territorio nazionale con sedi a Milano, Roma, Napoli, Bologna e Bari. Quindici delle prime 20 realtà aziendali del Paese hanno stabilito una partnership con Atos Italia per accelerare la loro trasformazione digitale. Dal 1989 Atos è il Worldwide Information Technology Partner dei Giochi Olimpici e Paralimpici. In Italia, Atos è fornitore tecnologico del supercalcolatore 'Leonardo', con sede a Bologna presso il Cineca, prossimo a diventare il secondo più potente al mondo e il più potente in Europa. Atos Italia sta investendo nel triennio 2022-2024 in Ricerca & Sviluppo, collaborando con le principali Università scientifiche del Paese per l'innovazione digitale al servizio di imprese e istituzioni.



Milano
Lombardia - Italia

Atos

Atos Italia nasce nel 2013, da allora ha sempre visto crescere il suo impegno per portare innovazione e contribuire allo sviluppo del Paese. In Atos l'inclusione digitale sta diventando fondamentale per la responsabilità sociale con un focus su quattro principali fattori di diversità e inclusione: diversità, accessibilità digitale, educazione digitale ed esperienza dei dipendenti. A tal proposito, Atos è impegnata con solidi programmi in atto per supportare le cinque dimensioni della diversità (genere, accessibilità, LGBT, generazioni e cultura) e tutti i dipendenti sono incoraggiati a contribuire alla cultura dell'inclusività. In ambito ambientale, Atos è impegnata a ridurre le emissioni del 50% fino al 2025 per l'ambito operativo (controllo o influenza diretta) e a compensare tutte le sue emissioni residue entro il 2028.

BENDING SPOONS

Bending Spoons è uno dei principali sviluppatori di app a livello mondiale.

È generalmente tra le prime dieci aziende al mondo per download di app, e non si trova nella Silicon Valley ma nel cuore di Milano.

REASON WHY

Bending Spoons promuove l'imprenditorialità giovanile e lo sviluppo di un ecosistema digitale internazionale con sede in Italia.

Fondata da 4 giovani italiani e un polacco nel 2013, oggi è simbolo dell'eccellenza digitale e di sostegno all'innovazione in Italia.

KEY FACT AND FIGURES

Bending Spoons ha sviluppato due dozzine di app di successo, che hanno registrato oltre 500 milioni di download totali, con circa 90 milioni di Monthly Active User (MAU). Nel 2021, ha registrato 134 milioni di Euro di ricavi, in crescita di oltre il 30% rispetto al 2020.



Milano
Lombardia - Italia

BENDING SPOONS

Bending Spoons è una società italiana, fondata nel 2013 e con sede a Milano, che si occupa dell'acquisizione, dello sviluppo e della commercializzazione di prodotti informatici e tecnologici, tra cui principalmente applicazioni informatiche (app) per smartphone. Tali prodotti sono sviluppati in proprio oppure acquisiti da terzi e successivamente migliorati e modificati e/o integrati per migliorarne le prospettive di crescita e sviluppo. L'azienda è nota principalmente per lo sviluppo su scala globale di applicazioni iOS e Android come Splice, Remini, 30 Day Fitness, e Live Quiz. Il 17 aprile 2020, il Governo italiano ha affidato a Bending Spoons il design e lo sviluppo di Immuni, l'applicazione ufficiale di tracciamento dei contatti per il COVID-19. Bending Spoons ha concesso a titolo gratuito al Governo italiano una licenza perpetua e irrevocabile su Immuni. L'applicazione è stata rilasciata su scala nazionale il 1° giugno 2020. A settembre 2022, Bending Spoons ha raccolto 340 milioni di Dollari tra debito e finanziamenti da investitori internazionali, una delle operazioni più importanti avvenute in Italia negli ultimi anni nell'ambito tecnologico. Tra i finanziatori figurano star internazionali nei settori della tecnologia, dei media, dell'intrattenimento e dello sport, oltre a Intesa Sanpaolo, Banco BPM, Cherry Bay Capital, Tamburi Investment Partners e altri importanti gruppi bancari e fondi italiani e internazionali.

BTICINO

BTicino - capofila in Italia del Gruppo multinazionale francese Legrand - è tra i leader mondiali nelle apparecchiature elettriche e digitali destinate agli spazi abitativi, di lavoro e di produzione. Offre soluzioni avanzate per la distribuzione dell'energia, per la comunicazione (citofonia e videocitofonia) e per il controllo di luce, audio, clima e sicurezza, per consentire una sempre miglior gestione della casa. Rappresenta uno dei player protagonisti della riconoscibilità del Made in Italy nel mondo per i suoi valori incentrati sulla qualità e sull'innovazione tecnologica.

REASON WHY

In un contesto-Paese dove la qualità abitativa e le performance degli edifici rappresentano un punto di criticità, i prodotti BTicino rispondono alle attuali sfide della società e alle esigenze dei consumatori (famiglie e professionisti) in termini di miglioramento della qualità della vita ("Smart Home" al servizio della persona, che abilitano maggiore comfort, risparmi di tempo e sicurezza, all'interno di spazi abitativi funzionali e connessi), riduzione degli impatti ambientali (grazie alle soluzioni di efficienza energetica che contribuiscono al miglioramento della classe energetica di un edificio), e generazione di benefici economici per le famiglie (in termini di agevolazioni fiscali per la riqualificazione energetica degli edifici e risparmi di lungo periodo sul costo delle utenze).

KEY FACT AND FIGURES

L'azienda ha raggiunto un fatturato di 927 milioni di Euro nel 2021 (con una crescita media annua del +4% negli ultimi 5 anni), e ha contribuito alla bilancia commerciale manifatturiera del Paese con oltre 300 milioni di Euro di esportazioni. L'azienda, che dà occupazione a quasi tremila persone in Italia, è presente in diverse regioni italiane con 10 siti in totale, di cui otto di produzione, otto (anche) centri di Ricerca e Sviluppo e quattro centri distributivi logistici. L'azienda è attiva anche all'estero con 60 sedi distribuite in tutto il mondo.



Varese
Lombardia - Italia

bticino

Nata nel 1936, BTicino opera nel settore delle apparecchiature elettriche a bassa tensione per il settore residenziale, terziario e industriale, distinguendosi per una lunga storia di innovazione, crescita continua e contribuendo alla definizione di nuovi standard nel settore. BTicino contribuisce allo sviluppo economico del Paese con un ecosistema che comprende numerosi soggetti a monte e a valle della catena del valore.

L'azienda si approvvigiona infatti di beni e servizi con una quota significativa di forniture italiane (70% del totale, oltre 340 milioni di Euro), a cui si sommano gli acquisti del Gruppo Legrand da filiere nazionali, per un totale di 1.800 fornitori coinvolti, contribuendo allo sviluppo di numerose filiere manifatturiere locali (l'84% dei fornitori è costituito da piccole e medie imprese). A valle, l'azienda distribuisce i propri prodotti coinvolgendo 230 distributori, 65.000 installatori, 34 aziende di assistenza tecnica e 1 azienda come Contact Center, supportandone la crescita con attività di marketing e formazione dedicate. Un ulteriore importante elemento di impatto economico è dato dall'elevata propensione agli investimenti, con un'incidenza sul fatturato oltre 2 volte superiore rispetto alla media del settore, destinati soprattutto all'innovazione, allo sviluppo di nuovi prodotti e alla digitalizzazione nei processi produttivi. BTicino è fortemente impegnata anche in ambito corporate social responsibility con ambiziosi obiettivi etici, sociali e ambientali.

L'obiettivo di sostenibilità ambientale si è concretizzato con l'adozione nei diversi siti di soluzioni di efficienza energetica, idrica, riduzione e riciclo dei rifiuti, ottimizzazioni logistiche, tutte con ricadute positive in termini di minori emissioni.

CORTILIA

Con un assortimento di oltre 2.500 prodotti provenienti da più di 300 piccoli e medi produttori selezionati, Cortilia è un punto di riferimento virtuoso per la spesa online pianificata

REASON WHY

Cortilia connette consumatori consapevoli e produttori sostenibili attraverso un servizio efficiente in un sistema rispettoso nei confronti delle persone e del pianeta. Da dicembre 2020 è una Società Benefit e da aprile 2022 è una B Corp, certificazione internazionale che accomuna un network di imprese che associano gli obiettivi economici con quelli di responsabilità ambientale e sociale.

KEY FACT AND FIGURES

Cortilia mette a disposizione dei clienti una selezione di oltre 2.500 prodotti artigianali che passa dall'ortofrutta ai formaggi oltre a vino e prodotti per la casa, consegnati dagli stessi produttori ottimizzando i percorsi di trasporto in modo da ridurre l'impatto ambientale. È attiva in oltre 800 comuni tra Lombardia, Emilia-Romagna, Piemonte, Veneto, Liguria e Lazio e ha superato i 40 milioni di Euro di fatturato nel 2021 (+21% su un 2020 già eccezionale, +175% sul 2019).



Cassina de' Pecchi - Milano
Lombardia - Italia

Cortilia

la campagna a casa tua

Cortilia aggrega agricoltori, allevatori e produttori locali consegnando a domicilio entro 24 ore, garantendo sicurezza e qualità. Cortilia rappresenta, pertanto, un nuovo modo di promuovere e valorizzare l'economia locale, minimizzando gli sprechi di prodotti e preservando l'ambiente grazie alle minori emissioni di CO₂ connesse al trasporto. Nel 2021, ha concluso un nuovo round di investimenti del valore di 34 milioni di Euro, sottoscritto dai soci esistenti e da Red Circle, e si è trasformata in Società Benefit. Il nuovo investimento ha permesso alla food-tech company di ampliare la copertura territoriale e la penetrazione sulle città già raggiunte dal servizio, rafforzando il proprio investimento di comunicazione e servendosi delle migliori tecnologie e innovazioni per operare secondo i più alti standard di qualità e sostenibilità. Nel 2021, l'azienda ha inoltre realizzato uno spazio multifunzionale di 50mila metri quadri, un HQ in cui riunire tutte le funzioni aziendali per ottimizzare i flussi di lavoro, in linea con i più alti standard di sostenibilità ambientale. Nell'aprile 2022 ha ottenuto la certificazione B Corp e in settembre ha esteso il proprio servizio anche a Roma (all'interno del Raccordo Anulare), affrontando le sfide logistiche di trasporto e magazzino della Capitale.

GALBUSERA S.P.A.

Galbusera S.p.A. è un'azienda alimentare italiana centrale nel comparto agrifood, fondata nel 1938 e di proprietà della famiglia lombarda Galbusera.

REASON WHY

La filosofia produttiva dell'azienda si basa sul "Percorso Salute", e non fa uso di ingredienti OGM, grassi idrogenati, coloranti e conservanti. I valori a cui è ispirata la politica dell'azienda sono la soddisfazione del Cliente, la qualità, la salute e sicurezza, il rispetto dell'ambiente e la trasparenza sulle origini della produzione degli alimenti. Già nel 2003 ha creato il "Percorso Salute", che offre prodotti per un'alimentazione equilibrata, attraverso un'attenta scelta delle materie prime. Nel 2022 ha scelto di utilizzare per i prodotti solo grano 100% italiano, sostenendo la filiera sul territorio.

KEY FACT AND FIGURES

Galbusera S.p.A. opera in Italia attraverso due stabilimenti, uno produttivo, l'altro commerciale, in provincia di Sondrio e Milano, impegnando quasi 600 dipendenti. Nel 2021 ha registrato un fatturato di 246 milioni di Euro, in crescita del 5,1% rispetto al 2020 e del 6,5% rispetto al 2019.



Cosio Valtellino - Sondrio
Lombardia - Italia



Galbusera S.p.A. è un'azienda alimentare italiana fondata nel 1938 e produttrice di biscotti, cracker e snack, di proprietà della famiglia lombarda Galbusera. Il controllo dell'azienda è ancora della famiglia nelle persone dei componenti della terza generazione: Paolo, Lorenzo e Guido Galbusera che, con Nicoletta Zamboni, detengono ciascuno un quarto della proprietà dell'azienda. Nelle ricette dei prodotti Galbusera utilizza farine poco raffinate, come la farina di grano tenero di tipo 2 e quella integrale al 100%. I pochi passaggi di raffinazione del chicco di grano permettono a queste farine di mantenerne intatte le proprietà caratterizzanti e la loro ricchezza di nutrienti. Galbusera ha inoltre scelto di non utilizzare oli e grassi di tipo idrogenato, caratterizzati dalla presenza di acidi grassi che tendono a far innalzare il livello di colesterolo cattivo nel sangue; già dagli inizi degli anni '90, inoltre, le ricette dei prodotti Galbusera prevedono l'uso esclusivo di oli vegetali, come l'olio di mais. In più, a partire dal 2017, Galbusera ha deciso di fare un ulteriore passo, sostituendo l'olio di mais con l'olio di girasole alto oleico (caratterizzato dalla presenza di acido oleico). L'azienda alleva le galline a terra, nel rispetto anche degli animali, e il sale utilizzato è ottenuto semplicemente dall'evaporazione dell'acqua di mare (sale marino integrale). I prodotti Galbusera, infine, non contengono olio di palma, conservanti, coloranti, OGM ed emulsionanti chimici.

GLOVO

Glovo è una piattaforma che consente di ricevere e inviare qualsiasi prodotto all'interno della città. In Italia, il servizio è attualmente disponibile in oltre 500 città, coprendo sia le grandi piazze sia i comuni più piccoli. A livello internazionale, Glovo è presente in oltre 25 Paesi in tutto il mondo.

REASON WHY

Nel contesto italiano che registra bassi livelli di digitalizzazione delle piccole e medie imprese, Glovo svolge in Italia un'importante funzione di "evangelista digitale", diffondendo sul territorio la cultura per il digitale e la consapevolezza dei benefici della stessa per i consumatori, le imprese e le Pubbliche Amministrazioni.

KEY FACT AND FIGURES

A livello globale, Glovo gestisce oltre 100 milioni di ordini all'anno, operando in 25 Paesi e oltre 1.500 città.

In Italia, Glovo ha sedi a Milano (HQ), Roma, Torino e Palermo e conta un totale di oltre 350 dipendenti.

È presente in tutti i comuni italiani con più di 20.000 abitanti (circa 500 città) e, in Italia, conta oltre 10.000 rider attivi sul territorio.



Milano
Lombardia - Italia

Glovo!

Glovo è una piattaforma digitale che incrocia la domanda dei consumatori per prodotti al domicilio con l'offerta da parte di ristoratori, piccoli esercenti locali, retailer e attori della GDO, avvalendosi di rider per la consegna al domicilio a livello cittadino. Da un punto di vista digitale, Glovo pone al centro del suo modello di business l'analisi dei dati raccolti durante gli utilizzi della piattaforma. Grazie ai dati raccolti, infatti, riesce ad analizzare numerose variabili connesse all'esperienza dell'utente, utili a stabilire un canale diretto per la vendita dei prodotti e a organizzare, pianificare e prevedere i flussi di consegne con un elevato grado di dettaglio e accuratezza (impossibile da replicare nei business model tradizionali offline). Elaborando le informazioni raccolte in via digitale, Glovo può inoltre sviluppare ulteriori nuovi modelli di business nel medio-lungo termine, come ad esempio l'integrazione dei servizi per la ristorazione. Glovo ha piani ambiziosi per l'Italia, che rappresenta il secondo mercato del gruppo spagnolo dopo quello domestico. Nel 2022, infatti, il player del delivery ha in programma investimenti per 150 milioni di Euro, che saranno destinati a continuare a sviluppare il brand sul territorio italiano, investendo da un lato sul comparto marketing (per supportare la promozione del marchio nel Paese) e dall'altro sulle infrastrutture logistiche (per supportare la diffusione nel territorio con nuove aperture e nuovi centri abitati).

GRUPPO MSC

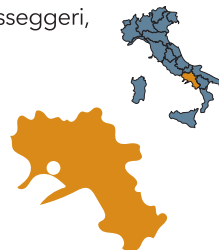
Gruppo MSC è leader mondiale nel trasporto merci e container, terza compagnia di crociere al mondo e il marchio leader in Europa, Sud America, area del Golfo e Sud Africa. Gruppo MSC è attiva in Italia (in Sicilia e in Sardegna) anche nel settore del trasporto persone con i marchi SNAV (Società Navigazione Alta Velocità) e GNV (Grandi Navi Veloci).

REASON WHY

Gruppo MSC rappresenta un attore fondamentale per la movimentazione integrata delle merci e per il settore crociere a livello globale. La rilevanza di Gruppo MSC è emersa in modo ancor più rilevante a seguito della pandemia, quando la continuità dei flussi di commercio e la capacità di affrontare le criticità logistiche di scala globale sono risultate fondamentali per la ripartenza dell'economia. Il Gruppo, inoltre, sta investendo sulle flotte green a basso impatto ambientale ed è diventato leader in diversi Paesi europei, tra cui l'Italia con la società Medway, nel settore ferroviario. Il Gruppo, totalmente di proprietà della famiglia Aponte, ha il suo HQ a Ginevra, ma in Italia ha molte importanti sede operative, tra cui Genova, Napoli, Sorrento e Torino. In quest'ultima città ha insediato al Lingotto uno dei centri mondiali di MSC Technology, che si occupa di cybersecurity, web development, business analysis e molto altro. È di gran lunga il più importante operatore marittimo, portuale e logistico in Italia. Gestisce molti terminal portuali container e passeggeri, tra cui quello di Gioia Tauro, oggetto di un grande rilancio.

KEY FACT AND FIGURES

Con una flotta di circa 700 navi porta-container e oltre 20 navi da crociera, Gruppo MSC è il primo operatore mondiale di trasporto container e tra i primi del settore crociere, raggiunge le coste di 155 Paesi e conta 524 uffici in tutto il mondo. Oltre 230 rotte solcate, 500 porti toccati ogni giorno, 62 terminal dedicati e 4.900 vagoni ferroviari compongono il sistema logistico complessivo di Gruppo MSC.



Napoli
Campania - Italia



Gruppo MSC è un'azienda globale impegnata nel settore dei trasporti e della logistica di proprietà italiana. Il Gruppo comprende una divisione Cargo con MSC Mediterranean Shipping Company, Terminal Investment Limited (TiL) e MEDLOG, oltre a una Divisione Passeggeri guidata da MSC Crociere e completata da Grandi Navi Veloci (GNV) e Società Navigazione Alta Velocità (SNAV). Il Gruppo MSC è stato fondato nel 1970 dal Capitano Gianluigi Aponte a Bruxelles, in Belgio. Con la containerizzazione e la globalizzazione dell'economia mondiale, MSC è cresciuta fino a diventare un leader nel trasporto marittimo globale di container. Oltre al successo dell'attività di trasporto di container, la famiglia Aponte ha cercato di diversificare il Gruppo MSC, lanciando una compagnia di crociere di grande successo, traghetti per passeggeri, e investendo in infrastrutture portuali. Oggi il Gruppo impiega 150.000 persone in tutto il mondo (di cui oltre 15mila in Italia). Nel 2022, ha annunciato di aver avviato lo sviluppo di una nuova iniziativa legata al trasporto aereo delle merci, denominata MSC Air Cargo, in risposta alla domanda del mercato e come servizio complementare alle sue soluzioni di trasporto container. La nuova compagnia aerea è in fase di sviluppo e sarà operativa dall'inizio del 2023, dopo la consegna del primo dei quattro aeromobili Boeing 777-200F a marchio MSC che saranno operati da Atlas Air.

MULAN GROUP

Mulan Group, azienda italiana di gastronomia asiatica, distribuisce i propri prodotti con i più grandi player del canale GDO ed è presente in tutta Italia.

REASON WHY

Mulan Group, azienda italiana di gastronomia asiatica, è nata dal desiderio di trasmettere l'amore per la cucina etnica e trasformare il consumo di cibo asiatico in qualcosa di più autentico: un mondo di storie, tradizioni, saperi e sapori. Il Gruppo collabora con i più grandi player del canale GDO ed è presente su tutto il territorio. Mulan Group è nato nel 2002 ed è gestito dall'Amministratore Delegato Giada Zhang, una giovane imprenditrice cinese di seconda generazione nata e cresciuta a Cremona.

KEY FACT AND FIGURES

L'azienda raggiunge con i propri prodotti 15 regioni italiane, con progetti di espansione in Italia e all'estero. I prossimi target, infatti, sono Svizzera, Francia e Germania. Nel 2022, Mulan Group prevede ricavi per oltre 15 milioni di Euro, con una crescita nel periodo 2018-2022 superiore al 50% annuo e una marginalità ai livelli dei best-in-class del settore.



Gadesco Pieve Delmona - Cremona
Lombardia - Italia



MULAN

Mulan Group distribuisce presso la GDO prodotti della tradizione culinaria cinese, così come piatti freschi per sperimentare a casa il gusto delle ricette nuove e orientali. Secondo una nota diffusa dalla società, quello del cibo asiatico è un mercato che a livello globale vale 130 miliardi di Euro e in Italia vede Mulan Group come player principale per quanto riguarda il prodotto distribuito online, il food delivery e la presenza in tutte le principali catene di supermercati, sia in Italia che all'estero. L'azienda ha annunciato che accoglierà un nuovo investitore, Tamburi Investment Partners ("TIP"), gruppo industriale quotato e socio attivo di numerose eccellenze imprenditoriali italiane ed estere. All'operazione hanno partecipato altri tre investitori con specifiche competenze industriali: Antonio Marchetti ed Enrico Bolla, soci ed amministratori di Bertagni 1882 (società leader nei ravioli a livello mondiale parte del gruppo Ebro Foods), e Matteo de Brabant, presidente di Jakala (società leader in Europa nel MarkTech). Grazie a questo investimento e alle risorse della società, è previsto un piano di investimenti da 20 milioni di Euro in tre anni, con l'obiettivo di raggiungere i 50 milioni di Euro di entrate e affermare progressivamente la leadership del gruppo a livello europeo, puntando alla quotazione in borsa nei prossimi cinque anni.

MUSIXMATCH

Musixmatch è il database di testi musicali più grande al mondo e consente ad ogni utente di comporre, condividere e cercare i testi delle canzoni. Collabora con i colossi della Silicon Valley (come Google, Facebook, Amazon, Vevo e Spotify) per la visualizzazione dei testi in sovrapposizione nell'ambito dell'utilizzo dei prodotti audiovisivi.

REASON WHY

Musixmatch sta cambiando il modo in cui le persone sperimentano musica e testi delle canzoni, rendendole accessibili a chiunque in oltre 250 lingue nel mondo, promuovendo l'innovazione sul territorio italiano. Oggi l'azienda è considerata una delle 100 nuove promesse europee e potenzialmente il prossimo "unicorno" italiano.

KEY FACT AND FIGURES

Musixmatch conta oltre 50 milioni di utenti attivi su base mensile e oltre 14 milioni di testi generati in oltre 80 lingue e una rete di 1 milione di artisti. Nella community di Musixmatch sono presenti oltre 500.000 membri e per le proprie attività l'azienda può contare su un team di 115 dipendenti.



Bologna
Emilia-Romagna - Italia



musixmatch

Fondata nel 2010 a Bologna, con uffici a Londra e San Francisco, e attualmente guidata da Massimo Ciociola, Musixmatch è una piattaforma che genera testi dalle canzoni con sistemi di intelligenza artificiale per il loro libero accesso e la loro condivisione da parte degli utenti. Il contenuto è generato e continuamente aggiornato da una comunità globale di oltre 20 milioni di curatori, una rete di oltre un milione di artisti verificati e un team di specialisti di garanzia della qualità formati internamente. L'azienda ha rapporti con oltre 100.000 editori musicali in tutto il mondo, tra cui BMG, Kobalt, Sony Music Publishing, Universal Music Publishing e Warner Chappell. Musixmatch fornisce la propria tecnologia e dati a Google, Apple Music, Amazon Music, Shazam, Vevo e Facebook. L'azienda ha siglato un accordo con Instagram per aggiungere i testi nelle Music Stories e nel 2021 con Spotify Italia per inserire i testi delle canzoni sulla piattaforma. Musixmatch è la dimostrazione di come capitale umano e tecnologie evolute sviluppate in Italia possano competere su uno scacchiere digitale, oggi ancora di più che in passato interconnesso e mondiale. A seguito di una costante crescita in termini di occupati e fatturato, a luglio 2022, TPG, il fondo americano di private equity più grande della Silicon Valley da 120 miliardi di Dollari (e che ha già investito in Spotify, Airbnb e Uber), è entrato come socio di maggioranza in Musixmatch, avviando una seconda fase di crescita e investimenti per il gruppo.

POMELLATO S.P.A.

Oggi Pomellato è un marchio globale di gioielli di lusso, fra i primi cinque produttori europei di gioielli in termini di fatturato.

REASON WHY

Fondato nel 1967 e guidato dall'AD Sabina Belli a partire dal 2015, Pomellato è un marchio storico simbolo della gioielleria di alta moda italiana che distribuisce prodotti Made in Italy in tutto il mondo.

KEY FACT AND FIGURES

Pomellato S.p.A. conta più di 60 Boutique monomarca e corner in tutto il mondo. Nel 2021 ha registrato un fatturato di 185 milioni di Euro, consolidando, con una crescita del 60,9% rispetto al 2020, i risultati pre-pandemia (nel 2021, +3% di fatturato rispetto al 2019).



Milano
Lombardia - Italia

Pomellato

Dal 1967, Pomellato S.p.A. è un'impresa orafa che produce gioielli di alta moda in Italia ed è oggi riconosciuta come il precursore del New Precious: pioniera nella scelta di gemme di colore non utilizzate nella gioielleria classica e custode della forte tradizione orafa milanese, crea collezioni fatte a mano, utilizzando solo oro responsabile in un'ottica di continuo impegno in tema di eco-sostenibilità e di costante investimento nella tracciabilità delle pietre. Da aprile 2013, Pomellato S.p.A. fa parte del Gruppo Kering, leader mondiale nel settore dell'abbigliamento e degli accessori. In occasione della settimana della moda di settembre 2022, Pomellato ha organizzato il lancio della nuova campagna del brand, "Pomellato: from Milan & all around the world", che celebra la Milano capitale del design e della creatività diffusa che attraversa tutte le arti. La città natale del brand Pomellato è instillata in tutti i gioielli che sono espressione di glamour sofisticato, carattere gioioso e incessante dialogo tra generazioni.

Pomellato è attivo, inoltre, in ambito digitale e ha recentemente commissionato all'artista crittografico Sun Bohan lo sviluppo di una serie di NFT (Non-Fungible Token) basata su una collezione di gioielli dell'azienda. L'azienda italiana sostiene attivamente le battaglie per l'emancipazione femminile, una causa di cui Pomellato si è sempre fatta portavoce.

ELENCO IMPRESE EDIZIONI PRECEDENTI

2021

- BASF
- DAVINES GROUP
- E-NOVIA
- INSILICOTRIALS
- PARMACOTTO
- PRYSMIAN GROUP
- GRUPPO
SANPELLEGRINO
- SAVE THE DUCK
- TECHNOPROBE
- GRUPPO TEDDY

2020

- ANGELINI
PHARMA
- NESTLÉ
- GSK VACCINES
- SKY ITALIA
- EOLO
- A2A
- VITTORIA
- CELLI GROUP
- AMADORI
- DANONE
COMPANY ITALIA

2019

- AB INBEV
- DIRECTA PLUS
- D-ORBIT
- EUROPEA
MICROFUSIONI
AEROSPAZIALI
- ILLYCAFFÈ
- IREN
- MONDELEZ
INTERNATIONAL
- NOVAMONT
- OLEIFICIO ZUCCHI
- PHILIP MORRIS ITALIA

2018

- CONAD
- ELICA
- ENEL X
- IMA
- INTERPUMP GROUP
- ISA
- KITON
- SCAVOLINI
- STMICROELECTRONICS
- TOTAL ITALIA

2017

- ATLANTIA
- BIESSEGROUP
- CISCO SYSTEMS
- DIASORIN
- DOW CHEMICAL
- FINCANTIERI
- GRUPPO CALZEDONIA
- GRUPPO ERG
- HITACHI
- LA MOLISANA

2016

- BAULI GROUP
- BREMBO
- COESIA
- DALLARA
- AUTOMOBILI
- DE MATTEIS
- AGROALIMENTARI
- ELI LILLY ITALIA
- FINECO BANK
- LUNGAROTTI
- THE NICE GROUP
- TECHNOGYM

2015

- ARGO TRACTORS
- AUTOMOBILI LAMBORGHINI
- AZIMUT-BENETTI GROUP
- BLACKSHAPE AIRCRAFT
- BOLTON ALIMENTARI
- FIAMM
- GRUPPO CAMPARI
- LOCCIONI GROUP
- LAVAZZA
- NANNINI

2014

- ARTEMIDE
- CANALI
- COMER INDUSTRIES
- FALCK RENEWABLES
- FELETTI
- GUALA CLOSURES GROUP
- LAMINAZIONE SOTTILE
- NONINO
- VALAGRO
- YOOX

2013

- AMPLIFON
- ARDUINO
- BRUNELLO CUCINELLI
- EATALY
- FLOS
- GROM
- LAGO
- LUNELLI
- MOLESKINE
- MONCLER

DISCLAIMER

Le informazioni contenute in questa pubblicazione non hanno alcuna finalità commerciale, né possono essere in alcun modo riprodotte e riutilizzate per fini non puramente informativi. Tutte le informazioni di base contenute nel testo sono basate su fonti pubbliche che The European House - Ambrosetti può esplicitare a chiunque le richieda. I nomi delle aziende e dei brand citati in questa pubblicazione a fini informativi e scientifici sono di esclusiva proprietà intellettuale delle aziende suddette. Le descrizioni e gli attributi associati a ogni azienda esprimono le riflessioni e l'opinione del gruppo di lavoro The European House - Ambrosetti e in nessun modo quello delle stesse aziende rappresentate.



WPP

 The European House
Ambrosetti