CERIMONIA ASSEGNATO DALL'ASSOCIAZIONE ITALIANA MARKETING, PER LA PRIMA VOLTA A UN'AZIENDA FARMACEUTICA

«Il coraggio di credere nel futuro»: alla Chiesi il premio Tagliacarne

Alberto Chiesi: è motivo d'orgoglio, valorizza la dedizione e l'impegno di tutti

MILANO

Lorenzo Centenari

Chiesi Farmaceutici, quando il coraggio di credere nel futuro vale una medaglia. Industriali dell'alimentazione, imprese dello spettacolo, costruttori di automobili: mai, da quando esiste (1985), il Premio Tagliacarne aveva impreziosito la bacheca di una casa farmaceutica. L'onore è spettato al Gruppo Chiesi, che si aggiudica così l'edizione 2012 del più prestigioso riconoscimento italiano nel campo del marketing.

Ad assegnare il premio Tagliacarne è infatti l'Associazione Italiana Marketing (Aism): ieri, nella sede milanese di Assolombarda, la cerimonia di consegna della targa al presidente del gruppo, Alberto Chiesi, con tanto di motivazione ufficiale illustrata dal presidente di Aism Franco Giacomazzi e «lectio magistralis» tenuta dal numero uno della multinazionale parmense. «Ritirare il Premio Tagliacarne – afferma Alberto Chiesi, coordinatore anche del Gruppo Grandi Aziende Farmaceutiche Italiane – è motivo di grande orgoglio. È un attestato che valorizza la dedizione che guida le scelte della mia famiglia e del management intero, nel marketing così come in ogni altro ambito. E che dimostra come sia possibile coniugare lo sviluppo del business con la centralità della persona».

Giacomazzi, ha sottolineato «l'abilità dell'azienda ad adattare nel corso del tempo le proprie strategie di marketing in funzione del mercato, pur conservando un equilibrio di rara coerenza ed efficacia sia nell'offerta dei farmaci, sia nelle tecniche di comunicazione. La leadership mondiale che la Chiesi possiede nei prodotti salvavita per neonati prematuri e una quota di fatturato di oltre il 70% generato dalle filiali estere hanno a loro volta favorito l'Associazione a individuare il nome del vincitore».

Nel suo discorso alla platea, ricca anche di autorità come il presidente di Farmindustria Massimo Scaccabarozzi e il vicepresidente della Commissione Sanità del Senato Daniele Bosone, Chiesi ha confermato le intenzioni del gruppo di rivolgere buona parte del ricavato in investimenti. Invitando poi la politica a considerare maggiormente il settore pharma: «Anche nel prossimo anno – assicura - impiegheremo 200 milioni di euro in Ricerca & Sviluppo. Ricordi, tuttavia, il Governo, quale ruolo ricopre l'industria farmaceutica nella salute e nell'economia del Paese». ◆

Milano Il presidente Alberto Chiesi riceve il premio Tagliacarne.

In campo la terza generazione di imprenditori

Alessandro Chiesi: marketing è anche analisi e pianificazione

«Il Premio Tagliacarne come riconoscimento a un'azienda innovativa che ha saputo perfezionare una gamma di prodotti originale ed efficace». Parla Alessandro Chiesi, head of South Europe Chiesi Group nonché testimone diretto del graduale passaggio di responsabilità dalla seconda alla terza generazione di imprenditori. Anche un'impresa farmaceutica possiede una divisione marketing: «Da intendere – afferma Alessandro Chiesi – come l'intera sfera di analisi del mercato, pianificazione degli obiettivi e relazioni coi clienti. Nel nostro caso, autorità, medici, infine pazienti. Da non confondere, quindi, con la sola attività di promozione». Il gruppo, 1.057 mln di fatturato nel 2011 (+4,1%) e una stima di oltre 1.100 mln nel 2012, non risente della recessione: «Perché nella farmaceutica si ragiona su tempi molto lunghi». ◆ L.C.

INNOVAZIONE INIZIATIVA DI U

La scorta è gi con il progett di logistica le

Molte aziende, per governare la produzione affinché non vi siano sprechi, adottano la cosiddetta logica lean, snella in italiano. Ovvero atteggiamenti di risposta agli ordini effettivi dei clienti. Ma la stessa filosofia può essere applicata anche all'ambito logistico, consentendo un maggior efficientamento nella gestione delle scorte e dei magazzini. A sostegno esistono soluzioni tecnologiche e informatiche che favoriscono la razionalizzazione e lo snellimento del flusso di approvvigionamento dei materiali, la riduzione delle giacenze e degli errori nello scambio delle informazioni. L'Unione Parmense degli Industriali, a tal proposito, propone alle aziende un approccio all'innovativo percorso attraverso il progetto «Scorta giusta». Il tema e l'iniziativa sono stati approfonditi in un focus organizzato a Palazzo Soragna dall'Upi, insieme al suo com-

parto i
log. «L
presen
capite
tate, n
proccia
rate» c
sare A
Massa
«Sono
se - so
plicati
conser
sibile
filosof
logica
dita) a
messa
presid
«Scor
fano I
Copla
che si
mode
alterr
scorte