

TITOLO: Grandi Brand e Grandi imprese

Data: 6 febbraio 2020

ha Docente: Prof. Seyed Hooman Baniyashemi

Cattedra: Imprese internazionali

Imprenditore: Mauro Di Giamberardino CEO

Azienda Smart I - Priyatech srl

Settore: strategie aziendali, ICT e servizi

Profili professionali di riferimento: imprenditore startupper, manager

Come si costruisce un grande brand? Con quali strategie e accordi una grande impresa può crescere sfruttando il proprio brand? A dare risposta a queste domande è stato dedicato il seminario proposto dal Prof. Baniyashemi, che ha introdotto il tema per la platea di più di 100 studenti di scuole superiori e di triennalisti, chiarendo l'ambito di studio e ricerca collegato alla propria cattedra e presentando Mauro Di Giamberardino, CEO di Priyatech srl.

Tra gli esempi di strategie di sviluppo di un Brand, Di Giamberardino ha portato il tema degli accordi di partnership con l'esempio di McDonald, grande brand americano entrato in Italia acquisendo la rete di negozi Burghy del Gruppo emiliano Cremonesi, siglando un accordo di franchising, nel quale si impegnava tra l'altro ad utilizzare la carne prodotta dal Gruppo. Altri esempi di franchising sono stati portati, sempre nell'intento di far conoscere l'esistenza del profilo di esperto di franchising, richiesto da grandi aziende internazionali. Un possibile sbocco professionale aziendale, che richiede uno specifico percorso universitario di specializzazione giuridico-economico, offerto a Tor Vergata.

E che differenza c'è tra il lavorare per un'azienda come manager e scegliere di fare l'imprenditore? Per farlo capire Di Giamberardino ha ricordato che Google è nato dalle intuizioni di due tecnici, imprenditori che hanno compreso come migliorare i motori di ricerca esistenti al tempo, come Altavista. Tuttavia, Google poi è cresciuto grazie al contributo di grandi manager, che hanno saputo sviluppare l'idea imprenditoriale con le proprie competenze indispensabili ad una redditizia gestione dei processi aziendali. Dietro a queste due scelte ci sono in genere livelli di curiosità, propensione all'innovazione e aspirazioni alla libertà diversi. "Personalmente ho scelto di fare l'imprenditore – ha raccontato Di Giamberardino – per essere artefice del mio futuro." Nell'offrire una panoramica dei diversi modelli di grandi imprese esistenti Di Giamberardino ha poi esaminato l'evoluzione dei modelli dall'impresa familiare, oggi in crisi, al modello shared. Con la rivoluzione digitale in corso - ha sottolineato - siamo nel pieno della quarta rivoluzione industriale che sposta il focus dal Prodotto al Servizio. Airbnb, Amazon, UBER e Alibaba.com, sono tutti esempi di questo nuovo modello di impresa tecnologica di servizi ad alta capitalizzazione. Aziende che vivono sfruttando i nostri dati, acquisiti gratuitamente, e per le quali "noi siamo il prodotto", caratterizzate da un *modello di revenue* basato non più su una fee semplice ma sull'offerta di #servizi integrati, come Tesla e SpaceX.