

STAR CONFERENCE 2012: UNA LEZIONE IN BORSA

Milano, 27 Marzo 2012 – Una giornata quasi ordinaria per la Borsa di Milano, che oggi ha ospitato l'evento STAR Conference, appuntamento giunto ormai alla sua undicesima edizione, in cui 62 aziende del segmento STAR sono chiamate a presentare i loro risultati e le strategie future davanti ad un pubblico di 170 investitori ed analisti. Un'occasione d'indubbio valore per 19 ragazzi come noi, studenti del master in Media Relation e Comunicazione d'Impresa dell'Università Cattolica, per esplorare i confini della comunicazione finanziaria e comprenderne le diverse sfaccettature. Con questo obiettivo, accompagnati dal nostro docente di Comunicazione Finanziaria, Diego Lifonti (dell'omonima azienda Lifonti & Company), abbiamo varcato le porte di Palazzo Mezzanotte, pronti ad assistere alla conferenza di un'azienda del comparto STAR, Emak S.p.A.

Emak, azienda emiliana specializzata nella produzione di macchine agricole nel settore gardening, agriculture & forestry e construction & industry, ha messo in evidenza durante l'incontro le sue strategie e le politiche aziendali, facendo un quadro completo sul conto economico per l'anno 2011-12 e sulle prospettive future anche a seguito delle recenti acquisizioni di alcune realtà del settore (Progetto Greenfield). Alla presentazione molto ricca e dettagliata, tenuta dal presidente Bellamico e dal vicepresidente Burani, sono seguite una serie di domande da parte degli investitori, relative all'allargamento del network distributivo, al consolidamento delle nuove acquisizioni e all'ottimizzazione dei costi. E' emerso, nel complesso, il quadro di un'azienda con forti ambizioni commerciali rivolte all'internazionale e una netta volontà di crescita grazie allo sfruttamento di sinergie strategiche.

Acquisizioni, conti economici, operazioni commerciali: questo e molto altro ci ha permesso di comprendere quanto la comunicazione finanziaria sia rigorosa, chiara e trasparente, ma soprattutto strategica. Coltivare un buon rapporto con gli investitori e gli analisti, due stakeholder chiave per il business, è fondamentale per l'azienda. Trovare le modalità e gli strumenti più consoni ed affini al loro modo di pensare, al fine di creare un capitale intellettuale comune che sia proficuo per entrambe le parti, è uno dei nostri compiti principali. Le investor relation, un settore complesso, ricco di tecnicismi ma non per questo meno coinvolgente.

Una lezione particolarmente interessante quella di oggi, in un luogo di grande fascino come la Borsa di Milano, luogo dove numeri e parole hanno trovato un punto di incontro, e dove il comunicatore, diventa essenziale figura di mediazione fra realtà diverse seppur affini.

Cristina Fona