

Dieci anni e non sentirli

ARRIVATA AL TRAGUARDO DEI 10 ANNI, SINERGIE È OGGI UN'AGENZIA CHE RACCHIUDE IN SÉ DIFFERENTI PROFESSIONALITÀ AL SERVIZIO DI EVENTI, INCENTIVE E COMUNICAZIONE: CON UNA STRUTTURA RINNOVATA, UN MIDDLE MANAGEMENT RAFFORZATO E UNA RICERCA COSTANTE DI COLLABORAZIONI E CONSULENZE D'ECCELLENZA, MANTIENE UNA POSIZIONE DI LEADERSHIP SUL MERCATO CONSOLIDANDO I SUCCESSI DEL PASSATO E PUNTANDO A NUOVI IMPORTANTI OBIETTIVI.

Una presa di coscienza che arriva, volutamente, nel periodo più difficile per gli eventi e la comunicazione in generale: la crisi del 2009 e il passaggio al 2010, anno sul quale si conta per la ripresa del mercato. Ecco perché **Sinergie** può essere definita coraggiosa e lungimirante. Se, infatti, la tendenza generale è quella di 'stare alla finestra' e aspettare tempi migliori, lo staff dell'agenzia milanese ha scelto questo momento per rimboccarsi le maniche e dare una svolta. I tre soci fondatori, **Daide Verdesca**, **Graziano Mascheri** e **Luigi Spinolo**, hanno deciso di festeggiare i primi dieci anni di attività nel mondo degli eventi e degli incentive avviando un nuovo corso, attraverso investimenti interni, una revisione dell'organigramma e una nuova strutturazione, con un middle management rafforzato e una maggiore flessibilità data dall'interscambiabilità delle divisioni.

Ecco allora che le dieci candeline diventano sinonimo di una professionalità che si fa sempre più attenta ai cambiamenti del mercato e alle esigenze dei clienti, in un'ottica di specializzazione che abbraccia diversi ambiti ma che non si scolora in nome di un'anomima 'ibridazione'. **Sinergie** ha un core business, e lo difende e lo coltiva con cura, puntando, prima di tutto, sulle persone, sui professionisti interni, per farli sentire parte di una Squadra con la 'S' maiuscola. Il processo di

rinnovamento è stato possibile grazie alla volontà dei tre soci e alla consulenza di **Mario Saccenti**, professionista del settore eventi e incentive, che ha affiancato Verdesca, Mascheri e Spinolo nella ridefinizione della struttura e delle logiche interne all'agenzia. Abbiamo parlato proprio con Verdesca e Saccenti, e abbiamo scoperto una realtà fresca, pronta per le sfide del suo secondo decennio di attività.

Dieci anni, una tappa importante. Qual è stato finora il percorso di Sinergie?

Prima di tutto mi permetta di sottolineare con un certo orgoglio, a nome mio e dei miei due soci, che siamo fieri di aver costruito in soli dieci anni un'agenzia di successo in costante crescita, oggi leader sia negli eventi che negli incentive, una realtà aziendale che conta quasi 40 persone. **Sinergie** è nata nel 2000 e da quel momento il nostro è stato un percorso strategicamente programmato, di studio di quelli che sono i trend, i bisogni e i desideri del pubblico per creare non solo una forte identità nel settore, ma anche per offrire i migliori prodotti possibili.

Ora possiamo dire di essere in una **nuova fase** di discussione e di sviluppo: oltre a puntare sul valore delle persone, come sempre, stiamo ponendo



LUIGI SPINOLO,
DAVIDE VERDESCA,
GRAZIANO MASCHERI,
SOCI FONDATORI SINERGIE



maggiore cura all'aspetto organizzativo dell'agenzia, alla creazione di un organigramma legato alla responsabilità, al lavoro in team e alla continua collaborazione interna fra persone e reparti.

Come è dunque strutturata oggi l'agenzia?

In passato la parola chiave era fatturare e crescere, ma col tempo ci siamo resi conto che dovevamo essere più 'strutturati' per mantenere il nostro status. Ora siamo arrivati a una configurazione in cui le divisioni sono ben delineate per compiti e responsabilità e costantemente cooperanti. Abbiamo lavorato, inoltre, per creare un middle management flessibile in cui ogni singolo manager gestisce il proprio reparto in autonomia ma in modo del tutto funzionale agli altri, creando così una risposta al cambiamento pronta, elastica ed efficace.

È questa la formula del vostro successo?

Sicuramente sì, ma non solo. Per Sinergie la formula vincente sta nel rinnovo e nella **motivazione** costante di tutto il team. Soprattutto in questo 2010, data così importante per noi, abbiamo investito sul

personale, con l'arrivo di grandi professionisti che condividono con noi non solo gli obiettivi, ma anche la forte passione per questo mestiere.

Ma arrivare al successo non è tutto, bisogna mantenerlo, e per farlo miriamo sempre all'eccellenza, a prodotti vincenti in cui la qualità si fonde all'elemento 'persona', ossia il lavoro di collaboratori con spessore umano e professionale estremamente elevato. »

» L'agenzia di incentive ed eventi Sinergie festeggia quest'anno i suoi dieci anni di attività

[CHI È]

[SINERGIE]

SINERGIE
P.le Giulio Cesare, 14 - 20145 Milano
Tel. 02 762550.1 Fax 02 76255050
info@sinergie.org
www.sinergie.org

Data di fondazione: 2000.

Management: Davide Verdesca, Graziano Mascheri, Luigi Spinolo, soci fondatori.

Contatti: Davide Verdesca, d.verdesca@sinergie.org;

Graziano Mascheri, g.mascheri@sinergie.org; Luigi Spinolo, l.spinolo@sinergie.org

Rimanere al passo con i tempi è una vera e propria sfida: voi come ci riuscite?

Abbiamo sempre pensato in termini di freschezza, semplicità e professionalità. Ma non basta. Occorre guardarsi con occhio distaccato per capire gli errori, correggerli e ripartire. E quando questo è troppo complicato, ci si deve affidare a un consulente di comprovata esperienza. Noi ci siamo rivolti a un professionista come Mario Saccenti, che ci ha 'fotografato' e ci ha fornito una visione oggettiva della realtà, facendoci capire cosa possiamo essere, cosa dobbiamo fare e cosa, invece, dobbiamo evitare.

Ad oggi, qual è il tratto distintivo di Sinergie?

Sinergie significa **passione** per tutto ciò che ruota intorno al mondo degli incentive, degli eventi e della comunicazione; e la passione è l'elemento chiave per chi sceglie di essere nostro cliente.

A questo punto occorre fare una precisazione. Sinergie non si occupa solamente di eventi: la sua forza risiede nella puntuale collaborazione tra tutte le unità che la compongono e l'interscambiabilità è proprio il tratto distintivo dell'agenzia.

Oltre a quella degli Eventi, quindi, parliamo di diverse divisioni e diversi reparti: **Logistica e Programmazione, Dmc, Voli, Grafica e Web...**

Come le dita di una mano, tutti i gruppi di lavoro operano per seguire i propri core business assicurando, così, il successo di tutta la squadra.

Convention e cena a Firenze (1.100 persone) per l'anniversario d'attività di un'importante azienda farmaceutica. Sinergie si è occupata dell'organizzazione e spettacolarizzazione dell'evento



Tale 'coesa divisione' è forse il vero tratto distintivo, un elemento fondamentale che porta l'agenzia a ottenere conoscenze approfondite in ogni settore, assicurando al cliente un'expertise che poche altre realtà possono vantare di possedere.

Le agenzie di comunicazione si orientano sempre più verso l'integrazione delle competenze, tanto che si parla di 'ibridazione'. Questo vale anche per voi? Dove sta andando secondo voi il mercato?

Questa 'ibridazione' è propria di piccole o grandi agenzie che, cercando di mantenere l'organico, sconfinano in campi non propri. Le medie agenzie ragionano in modo differente, focalizzando l'attenzione soltanto sui prodotti a loro attinenti. Noi, ad esempio, puntiamo su una **specializzazione mirata**: non ci mettiamo a fare campagne stampa, non facciamo advertising, non facciamo vendita di incentivazioni a catalogo, ma scegliamo, qualora ce ne fosse bisogno, partner che abbiano il nostro stesso profilo per lavorare in tandem. Il mercato, oggi, sta andando in due direzioni opposte: c'è chi vende di tutto rischiando di puntare erroneamente alla quantità e non alla qualità, e chi invece continua a crescere specializzandosi. Noi puntiamo a essere fortemente presenti nel nostro mercato d'appartenenza perfezionandoci in questo.

Parliamo di numeri: come avete chiuso il 2009 e come sta andando il 2010?

Il 2009 non è stato certo un anno facile, ma con i giusti sacrifici, e ricapitalizzando in parte l'azienda, siamo riusciti a non tagliare nessun posto di lavoro, anzi. Ovviamente ci sono stati cambiamenti nell'organico, ma si è trattato soprattutto dell'arrivo di nuovo personale qualificato che ha sostituito i colleghi che hanno scelto altre strade. Il 2010, invece, sta andando decisamente bene e dimostra come una semina adeguata porti, a tempo debito, buoni frutti: l'obiettivo di copertura costi è già stato superato, abbiamo già raggiunto il **90% del budget** e siamo al lavoro su nuovi progetti da realizzare nel 2011.

Quantità e qualità: a quante gare partecipa l'agenzia in un anno?

Partecipiamo mediamente a una cinquantina di gare per l'appalto di eventi e incentive, bene attenti a evitare quelle alle quali non siamo abilitati o in cui non

si richiede il nostro core business. Nonostante esuli dalla nostra filosofia, partecipiamo anche a gare nelle quali il cliente è costretto per tagli di budget a badare unicamente al prezzo e non alla qualità del servizio.

Quando, secondo voi, un evento è davvero riuscito?

Quando abbiamo rispettato il budget, quando il cliente ha ancora voglia di lavorare con noi e quando il risultato è in linea con il Roi, l'indice di redditività del capitale investito. Nel lungo termine, è motivo di soddisfazione quando un cliente si ricorda di un evento o di un viaggio organizzato insieme. Sono attestati di stima e di affetto che è sempre un piacere ricevere.

In media, quanti sono i clienti che vi rinnovano la fiducia?

Considerando che nel nostro mondo il cliente non si perde ma, giustamente, testa l'operato di altre agenzie, riteniamo alta la media di due clienti su tre che ha confermato la fiducia in Sinergie.

Sono trascorsi dieci anni dall'inizio della vostra attività, e avete collezionato parecchi successi. Quale di essi vi è rimasto maggiormente nel cuore?

Quando il cuore lo metti in tutto ciò che fai, ogni evento diventa come un figlio al quale si rimane legati per sempre; sarebbe riduttivo e ingiusto, pertanto, sceglierne uno soltanto.

Forse la risposta giusta è 'il prossimo': la sfida all'orizzonte che impegna tutta l'agenzia alla creazione di un momento perfetto, di una suggestione indelebile nella memoria degli ospiti. Crediamo in questo e credere profondamente in qualcosa significa realizzarla.

E una case history recente ed esemplare del vostro 'modus operandi'?

Probabilmente il primo 'Salone del Risparmio Gestito' curato per Assogestioni. Si tratta di una delle sfide più interessanti che ci siano capitate negli ultimi tempi. Assogestioni è un'associazione per natura fortemente esposta ai media e che non aveva mai approcciato il mondo degli eventi. Nonostante il momento difficile per la finanza, si è instaurato fin da subito un rapporto di fiducia che ha portato alla creazione della prima edizione di questo evento al quale hanno partecipato cinque main sponsor, quaranta sponsor, un vasto pubblico, e che ha ottenuto una forte eco mediatica. Un successo su tutti i



fronti in cui la parte del regista è stata affidata interamente a Sinergie.

A proposito di associazioni, Sinergie fa parte della Consulta degli Eventi. Per quale motivo avete aderito e quali vantaggi porta l'esserne membri?

La Consulta degli Eventi di AssoComunicazione è un'associazione prestigiosa alla quale abbiamo creduto e con la quale partecipiamo attivamente, insieme agli altri membri, per far cultura sul mondo degli Eventi... e ce n'è bisogno!

Per concludere: come in ogni compleanno, si spengono le candeline e si esprime un desiderio. Quello di Sinergie qual è?

Nei prossimi anni ci aspettiamo di consolidare tutto ciò che facciamo costantemente, continuando a motivare il personale interno e cercando ininterrottamente un talento in più. Per il futuro ci auguriamo quindi di non cambiare il nostro Dna, ma di continuare a credere in valori come passione, consapevolezza e dinamicità.

Viaggio incentive in Lapponia organizzato da Sinergie per un'azienda leader del settore alimentare. Nella foto, allestimento della tenda

IN QUESTI QUADRATI
NOI LEGGIAMO IL
FUTURO. E TU?

