il Resto del Carlino
edizione Rimini

CONFINDUSTRIA ROMAGNA

Data 01/02/25

Pagina 9

Foglio 1/1

L'INTERVISTA
Rimini

Myo, la forza dell'innovazione «Il successo si crea insieme, investiamo sulle persone»

Il 12 e 13 febbraio l'azienda romagnola, leader nelle forniture per il mondo del lavoro, celebra al Palacongressi la 63ª convention. Marco e Simona Bianchini alla guida della società

I fratelli Bianchini, Marco e Simona, azionisti e rispettivamente presidente e vice presidente della Myo, sono i protagonisti di un successo imprenditoriale dal loro ritorno in azienda nel settembre 2017 ad oggi *(foto Salvatori)*

Nel cuore di Rimini, il 12 e 13 febbraio, al Palacongressi, si terrà la 63ª convention di Myo, l'azienda romagnola leader nelle forniture per il mondo del lavoro. Un evento che non è solo una celebrazione del successo, ma un'occasione di confronto e crescita, con oltre mille partecipanti, dibattiti su temi strategici e una visione chiara sul futuro del settore. A guidare questa trasformazione sono Marco e Simona Bianchini, rispettivamente presidente e vice presidente, protagonisti della rinascita di Myo. Li abbiamo incontrati per parlare della convention e del percorso che ha riportato l'azienda ai vertici del mercato.

Marco Bianchini, nel 2017 ha rilevato un'azienda in difficoltà, trasformandola in un successo. Qual è stata la chiave?

«Quando sono rientrato, Myo aveva perso la sua identità. Le aziende sono organismi viventi: senza anima deperiscono. La mia priorità è stata ridare fiducia ai collaboratori, perché il capitale umano è la risorsa più strategica. La mia fede mi ha sempre sostenuto in questo percorso».

Qual è stato il momento più difficile del rilancio?

«Il Covid nel 2019. Ero in Argentina per l'azienda agricola di famiglia e il fatturato crollò del 60%. Ho dovuto gestire la crisi a distanza, ma la resilienza del team è stata straordinaria».

Quali valori della gestione familiare guidano oggi Myo?

«La nostra è una azienda con forte valenza manageriale, ma conserva i tratti di una famiglia ben strutturata dove il senso del dovere e il senso di appartenenza si sono ancor più rafforzati alla prova delle sfide che tutti abbiamo affrontato. Un valore fondamentale lasciato da nostro padre è la moralità, l'eticità e la responsabilità in tutto quello che facciamo».

Quali sono le priorità strategiche aziendali nei prossimi anni?

«La nostra storia e la nostra essenza risiedono nel nostro essere al servizio delle esigenze del mondo del lavoro. Oggi offriamo al mercato ben dieci famiglie merceologiche e di servizi. Il principale obiettivo del nostro futuro è quello di consolidare la clientela, enfatizzando il valore di Myo come unico fornitore per tutte le esigenze al di fuori del loro core business, non solo carta per fotocopie, ma dispositivi di protezione individuale, pulizia, arredo, tecnologia e promozionale e personalizzati. Il nostro mercato è molto frammentato, caratterizzato da player di piccole realtà con le quali proviamo ad offrire la nostra collaborazione quale processo di consolidamento e crescita del business. Abbiamo acquisito e incorporato già tre società e ci guardiamo attorno per cogliere nuove opportunità».

Simona Bianchini, quali sfide ha affrontato per mantenere Myo al passo con il mercato?

«Come ha già detto Marco, noi siamo un'azienda fatta di persone, e la prima sfida è stata quella della formazione continua e costante sui prodotti e servizi che offriamo per la nostra forza vendita attraverso formazione on site, in presenza vicino a loro e tanta on line. L'altra sfida determinante che sta contribuendo alla nostra crescita è la costante individuazione dei bisogni dei nostri clienti».

L'AI è al centro della convention. Qual è il suo ruolo nelle vostre strategie?

«Guardiamo sempre avanti. Avremo Meta alla convention per parlare dell'AI, e presenteremo il potenziamento della nostra app Myo Sales, che sfrutta l'intelligenza artificiale per ottimizzare la ricerca prodotti e le procedure aziendali».

Parlateci del vostro impegno sociale e del progetto con Cittadinanza Onlus.

«Sosteniamo numerose iniziative, come il regalo ai carcerati di Rimini e il supporto ai mutilati sul lavoro. Da tre anni collaboriamo con Cittadinanza Onlus, che aiuta bambini con disabilità in Kenya, Etiopia e India. Abbiamo visitato i loro centri e visto la qualità del loro lavoro. Durante la Convention lanceremo una raccolta fondi per il progetto di Riruta, Kenya, raddoppiando quanto donato».

Come integrate la sostenibilità nei processi aziendali?

«Adottiamo un approccio responsabile: promuoviamo consegne programmate per ridurre l'impatto ambientale, evitando spedizioni non necessarie il giorno successivo».

Come il successo di Myo contribuisce al territorio riminese?

«Diamo lavoro e privilegiamo fornitori locali per servizi come cooperative, consulenze e noleggi».

Avete piani di collaborazione con altre realtà del territorio?

«Sì, cerchiamo sempre sinergie con istituzioni e imprese locali per crescere insieme».

Simona, qual è il suo messaggio sull'empowerment femminile?

«Non dobbiamo porci limiti. Le aziende sono sempre più aperte al sostegno delle donne, conciliando maternità e carriera. Formarsi, anche nelle discipline Stem, è fondamentale per il futuro».

L'inclusività è un tema forte della Convention. Cosa rappresenta per Myo?

«Crediamo nelle pari opportunità e nell'etica del lavoro. Per questo lo spettacolo di Paolo Ruffini sarà il momento perfetto per celebrare l'inclusione e il valore di ogni individuo, chiudendo la Convention con un messaggio potente».

La presenza di 100 fornitori e partner conferma l'importanza dell'evento. Quali opportunità di networking si apriranno?

«Vogliamo ringraziare tutti i nostri partner. Il successo si costruisce insieme, con obiettivi comuni. La Convention è un'opportunità per creare nuove collaborazioni e rafforzare sinergie».

Quali vantaggi sperate che i partecipanti traggano dall'evento?

«Vogliamo che tornino con uno spirito di squadra rafforzato e con strumenti utili per accelerare le vendite, aiutando i nostri clienti a essere più efficienti nel loro lavoro».

Simona, possiamo aspettarci novità per le prossime edizioni?

«Non posso rivelare nulla... prima godiamoci questa convention».

Carlo Cavriani

OBIETTIVI

«Espansione, digitalizzazione e responsabilità sociale»

Oltre 40mila clienti

ESPANSIONE

La sede
A Poggio Torriana

Myo nasce agli albori degli anni '60, come Karnak, dall'iniziativa imprenditoriale del fondatore Ernesto Bianchini. Oggi l'azienda, ha assunto una nuova identità: Myo. Ha sede in via Santarcangiolese a Poggio Torriana. È un'azienda specializzata nella fornitura di cancelleria e articoli per ufficio. Oltre 40.000 clienti serviti e più di 25.000 prodotti distribuiti.

A CHIUDERE LA DUE GIORNI

Lo spettacolo di Paolo Ruffini, simbolo di un messaggio di inclusione

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.