

9 febbraio 2021

FINANZA E RISPARMIO

## «Dagli eventi sportivi al territorio, innovare porta sostenibilità»

L'amministratore delegato di Nvp parla del primo anno di quotazione e della necessità di diversificare, a causa della pandemia, che si è trasformata in un'occasione di migliorare

di Alessandra Capozzi



3 di lettura

Una sostenibilità che si traduce in innovazione e attenzione ai giovani e al territorio. Massimo Pintabona, amministratore delegato di Nvp, l'azienda nata in Sicilia che si occupa del broadcasting di alcuni dei più importanti eventi sportivi internazionali, tra cui le partite di Champions e gli eventi che riguarderanno le Olimpiadi di Tokyo, e di programmi televisivi, parla a SustainEconomy.24, report di Luiss Business School e Il Sole 24 Ore Radiocor, dell'anno della pandemia, che ha coinciso anche con il primo anno di quotazione, e dell'impegno futuro.

[SFOGLIA IL REPORT COMPLETO](#)

### Come avete gestito questo primo anno dalla quotazione incassando buoni risultati in un contesto difficile?

«Dopo la quotazione, a fine 2019, ci aspettavamo un 2020 di grandi opportunità, non ci aspettavamo certo la pandemia e abbiamo deciso di prendere una serie di contromisure per capire come intervenire nella parte produttiva. Così, dal secondo semestre 2020 siamo andati avanti, con buoni risultati. Abbiamo cercato di cogliere il periodo di fermo produttivo e di slittamento di competizioni sportive, come opportunità per migliorare i nostri percorsi di innovazione e avanguardia tecnologica e questo ci ha dato un vantaggio competitivo rispetto alla concorrenza. Abbiamo portato avanti gli investimenti e abbiamo realizzato il nuovo Ob7 che ci dà la possibilità di garantire riprese in 4K Hdr per assicurare la massima risoluzione e una visione nitida delle immagini ad un vastissimo pubblico internazionale. Ci rende la prima azienda in Italia come capacità produttiva in questa tecnologia e ci dà un grande risalto a livello internazionale; non a caso il Comitato olimpico ci ha dato una terza location per un mezzo Ob Van per le Olimpiadi di Tokyo. Abbiamo investito tanto nelle piattaforme cloud sia per migliorare i processi gestionali che lavorare bene da remoto. Abbiamo poi cercato di ampliare le aree di business: eravamo molto presenti nello sport e nel secondo semestre abbiamo potenziato le aree collaterali, quelle dei programmi televisivi e delle produzioni in streaming. Abbiamo diversificato, la pandemia non era nei nostri piani, ci ha spinto a fare modifiche alla nostra operatività ma è stata anche occasione di miglioramento delle attività aziendali. Per cui contiamo di avere un grande ritorno».

### Quindi il 2021 sarà ancora anno di diversificazione o vi concentrerete su queste aree di business che avete avviato?

«Il 2021 sarà un anno in cui metteremo a frutto quanto avviato nel 2020. Il core business resteranno lo sport e i programmi televisivi, ma stiamo lavorando tanto allo sviluppo di un'Italia digitale, alle piattaforme digitali che daranno frutti nei prossimi anni. Oltre, poi, alla crescita per linee esterne: abbiamo in cantiere operazioni straordinarie che contiamo di chiudere nella prima parte del 2021 sia per allargare le aree di business che potenziare il settore digitale».

SustainEconomy.24 - Il messaggio dell'entertainment

VISUALIZZA

### Si parla tanto di digitalizzazione e sostenibilità come driver per spingere la crescita. Dal vostro punto di vista cosa si può fare?

«Sicuramente il tema dell'innovazione è legato al tema della sostenibilità: innovando è possibile migliorare i temi dell'ambiente e dell'organizzazione del lavoro. Per la parte produttiva le nostre realtà sono molto innovative e improntate all'efficientamento energetico e a poter remotizzare alcuni servizi. Abbiamo in costruzione la nostra nuova sede, il centro di ricerca e sviluppo, progettata con grande attenzione alle tematiche di sostenibilità e ambiente, efficientamento energetico, comfort delle postazioni di lavoro, aree di svago e per le famiglie del personale. Altra tematica che teniamo molto in considerazione è il contesto sociale e il territorio dove siamo nati. Ora abbiamo sedi a Roma, Milano e ne apriremo altre ma non vogliamo dimenticare la Sicilia, e vogliamo essere d'esempio per i giovani e testimonianza di come si può creare un'azienda partendo quasi dal nulla con passione e impegno stimolando chi ha buone idee. E vogliamo anche investire per accogliere giovani che hanno voglia di fare e portare idee nuove e aiutare un territorio con alti tassi di disoccupazione».

(Il Sole 24 Ore Radiocor)