



## James Sinclair

### LEADER AZIENDALE

La maggior parte delle aziende del settore consumer cerca di crescere abbassando i prezzi, e la maggior parte delle acquisizioni finisce per distruggere valore anziché crearlo. I proprietari e i team operativi sanno bene che ciò per cui i clienti pagano è l'esperienza che vendono, ma faticano a costruire un modello operativo in grado di proteggerla su larga scala. La domanda è: come far crescere un'azienda multimarca attraverso le acquisizioni senza perdere ciò che ha reso ogni marchio degno di essere acquistato?

James Sinclair è un imprenditore britannico che insegna a gestori e fondatori come far crescere le aziende del settore consumer acquisendo marchi in difficoltà e rilanciandoli puntando sull'esperienza del cliente piuttosto che sul prezzo.

### James Sinclair di 2026 Biografia

#### DISPONIBILE PER

- Relatori

### Perché le aziende scelgono di collaborare con James Sinclair

- Mette in pratica ciò che insegna. Il Partyman Group è un portafoglio del valore di circa 40 milioni di sterline che spazia dall'assistenza all'infanzia, al tempo libero, al settore della ristorazione e ai marchi storici, che lui possiede e gestisce, non per cui fornisce consulenza.
- Ha una tesi concreta sul perché le aziende di consumo orientate al prezzo falliscono, esposta in The Experience Business, e può mostrare agli operatori come applicarla all'interno delle loro unità.
- Ha affrontato pubblicamente la parte più difficile della crescita attraverso le acquisizioni: il salvataggio di Party Pieces dall'amministrazione controllata nel 2023 è un caso di studio documentato sull'acquisto e l'assorbimento di un marchio di consumo in crisi.
- A 20 anni ha raccolto 700.000 sterline da 21 finanziatori senza ricorrere al capitale di rischio e ha costruito ogni attività successiva basandosi sul flusso di cassa. I fondatori che partono da zero o che sono restii al private equity riconoscono i propri limiti nella sua storia.
- È diretto, divertente e si rivolge agli operatori piuttosto che alle sale dei consigli di amministrazione. Il pubblico composto da proprietari di PMI, affiliati e team di marchi di consumo tende a tornare a casa con qualcosa che può mettere in pratica già dal lunedì successivo.

#### TEMI DI CONVERSAZIONE DI JAMES

- Esperienza del cliente e marketing
- Imprenditorialità
- Innovazione del modello di business
- Strategia e crescita aziendale
- Vendite e Acquisizione Clienti

#### LINGUA: Inglese

### Punti salienti della biografia

- Fondatore e CEO di Partyman Group: centri di gioco per bambini, asili nido Twizzle Tops, Marsh Farm Animal Adventure Park, Rossi Ice Cream,

un hotel di interesse storico culturale di grado II e Party Pieces.

- Ha acquisito Party Pieces dalla famiglia Middleton, che era in amministrazione controllata, nel maggio 2023.
- Autore di *The Millionaire Clown* e *The Experience Business: Why Price-Focused Businesses Fail And What Winners Do Instead*.
- Conduttore del podcast "James Sinclair's Business Broadcast" e di un canale YouTube di lunga data incentrato sulle decisioni operative aziendali.
- Ha costruito il gruppo senza capitale di rischio, finanziandolo attraverso il flusso di cassa e acquisizioni sostenute da finanziatori.
- Tiene regolarmente conferenze in tutto il Regno Unito e in Europa rivolte a imprenditori, PMI e franchisee.

## Biografia

Party Pieces era insolvente e aveva un debito di oltre 2,5 milioni di sterline quando James Sinclair l'ha acquistata dall'amministrazione controllata nel maggio 2023, aggiungendo il marchio di articoli per feste della famiglia Middleton a un portafoglio che includeva già centri di gioco per bambini, asili nido, un parco agricolo e Rossi Ice Cream. Questo tipo di operazione è al centro della strategia con cui ha costruito il Partyman Group: individuare un'azienda di beni di consumo in difficoltà, acquistarla a basso prezzo e integrarla in un modello operativo basato sull'esperienza piuttosto che sugli sconti.

Il gruppo registra ora un fatturato di circa 40 milioni di sterline. Sinclair l'ha costruito senza capitale di rischio, iniziando a 16 anni come animatore per bambini e, a 20 anni, raccogliendo 700.000 sterline da 21 finanziatori diversi per aprire il suo primo centro giochi a Basildon. La prima sede ha raggiunto un fatturato di 1 milione di sterline in meno di un anno. Ogni acquisizione successiva è stata finanziata con il flusso di cassa e la credibilità dell'operatore, non con round di finanziamento.

Il suo libro *The Experience Business* espone la tesi che sta alla base di tutto questo: le aziende di consumo incentrate sul prezzo perdono perché i clienti acquistano un'emozione, e i vincitori sono gli operatori che investono nei momenti da cui dipende quell'emozione. *The Millionaire Clown*, il suo libro precedente, è la versione dell'operatore dello stesso argomento raccontato attraverso le aziende che ha acquistato, smantellato e risanato.

Ciò che gli acquirenti ottengono quando lo ingaggiano non è uno stratega che commenta un settore. È un imprenditore che descrive, in modo specifico, come ha fatto crescere un gruppo di consumo multimarca attraverso acquisizioni, per cosa ha pagato più del dovuto, per cosa no, e come impedisce che l'esperienza si degradi man mano che il portafoglio si espande. Il tono è più vicino a un workshop per fondatori che a un discorso programmatico, motivo per cui tende ad avere successo con il pubblico delle PMI e del franchising.

## Argomenti principali

- Crescita attraverso le acquisizioni nel settore dei beni di consumo
- Acquisto e risanamento di marchi in difficoltà
- Differenziazione basata sull'esperienza rispetto alla concorrenza sui prezzi
- Costruzione di portafogli multimarca senza capitale di rischio
- Flusso di cassa, redditività e disciplina gestionale
- Acquisizione di clienti per marchi di beni di consumo e del tempo libero

- Imprenditorialità e crescita guidata dal fondatore

## Ideale per

- Fondatori di PMI e titolari-gestori che intendono espandere le proprie attività nel settore dei beni di consumo
- Reti in franchising e operatori multisito nei settori del tempo libero, dell'ospitalità e dell'assistenza all'infanzia
- Responsabili di M&A e sviluppo aziendale che si occupano di asset di consumo in difficoltà
- Conferenze per imprenditori, business school e comunità di fondatori

## Risultati per il pubblico

- Un modello mentale operativo per capire quando competere sull'esperienza e quando il prezzo conta ancora
- Una visione concreta di come valutare un'azienda di consumo in difficoltà prima di acquistarla
- Tattiche a livello operativo per proteggere l'esperienza del cliente man mano che il portafoglio si arricchisce di nuovi marchi
- Il caso di un fondatore che ha avviato l'attività con mezzi propri a favore di un finanziamento della crescita attraverso il flusso di cassa e i finanziatori piuttosto che tramite capitale proprio
- Storie specifiche, tra cui quella di Party Pieces, che il pubblico può utilizzare per individuare modelli ricorrenti nelle proprie operazioni

## James Sinclair 2026 discorsi & argomenti

### Discorso di apertura su "Business Empire"

Sinclair illustra come ha trasformato il Partyman Group da un'agenzia di intrattenimento per adolescenti a un portafoglio multimarca nel settore dei beni di consumo del valore di 40 milioni di sterline, utilizzando le acquisizioni e un posizionamento basato sull'esperienza come motore principale della crescita.

### Punti chiave:

- Come valutare e determinare il prezzo di un marchio di consumo in difficoltà che vale la pena acquistare
- Cosa cambia dal primo giorno quando un operatore orientato all'esperienza rileva un'azienda orientata al prezzo
- Come finanziare la crescita senza ricorrere al capitale di rischio

---

### Conferenza sul marchio personale

Una sessione dedicata agli imprenditori su come costruire un marchio personale a supporto di quello commerciale, utilizzando il proprio podcast, il canale YouTube e la pubblicazione di libri come strumenti per generare contatti per il gruppo.

### **Punti chiave:**

- Come la piattaforma di un fondatore si traduce in traffico inbound per l'attività operativa
- Cosa pubblicare, cosa ignorare e quanto tempo ci vuole effettivamente
- In quali casi il marchio personale è d'aiuto e in quali casi distrae dal lavoro operativo

## **Cosa dicono i clienti di James Sinclair**

James parla con passione e sulla base della propria esperienza. Ha creato un'azienda tradizionale in rapida crescita e redditizia, oltre a una cultura aziendale dinamica. I suoi interventi sono vivaci, divertenti, anticonformisti e ricchi di spunti preziosi

**Daniel Priestley**

*DENT*

Ne è valsa davvero la pena, nonostante le quattro ore di viaggio tra andata e ritorno. È impossibile non lasciarsi contagiare dall'energia e dall'entusiasmo di James! Ho imparato cose incredibili.

**Jay-Anne Dingwall**

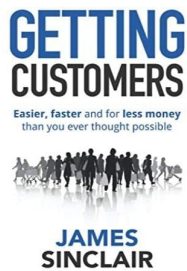
*Life and Health Made Simple S.r.l.*

James è senza dubbio un formatore eccezionale e un oratore di grande talento; dalle sue parole scaturisce un entusiasmo contagioso.

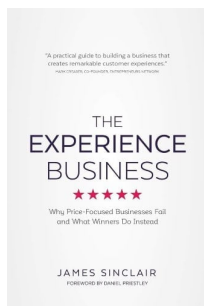
**David Carter**

*Imprenditore*

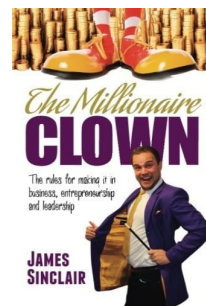
## **JAMES GLI ULTIMI LIBRI DI**



**Come acquisire clienti: in modo più semplice, veloce e conveniente di quanto avresti mai immaginato**



**Il business dell'esperienza: perché le aziende incentrate sul prezzo falliscono e cosa fanno invece quelle di successo**



**Il clown milionario: le regole per avere successo nel mondo degli affari, dell'imprenditoria e della leadership**