

ASSISE ASSOMAC

9 dicembre 2019

Contributi emersi durante gli incontri WORLD CAFE'



assomac

Assise Assomac - Contributi

Lunedì 9 dicembre si sono tenute nella sede di Vigevano le Assise di Assomac promosse dalla Presidente Gabriella Marchioni Bocca e condivise dal Consiglio Generale. Un'intensa giornata di lavoro per ripensare, condividere e proporre idee progettuali sulle strategie ed azioni che l'Associazione è chiamata ad adottare per continuare nel ruolo di sostenere le aziende associate nell'affrontare le sfide di mercato.

Nel primo pomeriggio si è lavorato con una metodologia denominata "Word Cafè"; i partecipanti sono stati divisi in quattro gruppi. Quattro le zone di lavoro distinte, ognuna associata ad un tema:

1. **Ruolo associativo: mission e servizi per l'Associato**
2. **Evoluzione dell'imprenditore: resilienza e condivisione**
3. **Comunicazione: migliorare l'informazione tra gli Associati e verso l'esterno**
4. **Sostenibilità e Responsabilità Sociale di Impresa: non solo green**

Ogni gruppo, guidato nei contenuti e nei tempi da un facilitatore della società "ProperDelMare", ha avuto 35 minuti per contribuire al tema, per poi cambiare zona di lavoro.

Qui di seguito riportiamo quanto emerso dai quattro gruppi di lavoro.

Tema 1	Ruolo associativo: mission e servizi per l'Associato	
		MISSION
	1	Accelerare la conoscenza e la socializzazione del know how strategico-manageriale per continuare a puntare all'eccellenza
	2	Essere Partner nella crescita delle aziende associate
	3	Fare Lobby per rimuovere gli ostacoli al successo delle imprese, legislativi (a tutti i livelli) e non
	4	Sciogliere nodi strategici (es. posizionamento e centralità dell'attività fieristica); sintesi degli interessi delle 3 anime produttive che la compongono
	5	Favorire la partecipazione attiva e la coesione tra associati per dare peso politico ad un gruppo di ridotte dimensioni
	6	Essere Ambasciatrice e guardiana del "Made in Italy" all'interno (etica associativa) e all'esterno (mercato globale)
	7	Creare sinergie orizzontali e verticali (di filiera)
	8	Colmare i gap tra grande/piccola azienda
	9	Diffondere informazioni di settore selezionate alla fonte
	10	Essere Osservatorio: interpretare i trend e diffondere gli scenari di business

Tema 1		Ruolo associativo: mission e servizi per l'Associato
		OBIETTIVI
	1	Intensificare i momenti di condivisione come quello di oggi
	2	Ampliare la gamma di strumenti di ascolto e confronto degli/tra gli associati
	3	Influenzare il legislatore nella stesura delle normative partecipando a quanti più "tavoli" possibili (orizzontali-verticali, diritto internazionale-nazionale-regionale...)
	4	Rafforzare la Fiera affiancandola ad importanti manifestazioni di filiera/organizzando eventi di richiamo all'interno di essa
	5	Accorciare le distanze fisiche tra gli associati (es. assemblea itinerante)
	6	Rafforzare posizione contrattuale con le aziende detentrici di brand importanti della moda
	7	Potenziare il marketing integrato dei prodotti degli associati con un piano ad hoc

Tema 1		Ruolo associativo: mission e servizi per l'Associato
		SERVIZI
	1	Organizzazione incontri con le grandi firme anche in ottica di co-costruzione di nuovi prodotti
	2	Produzione video catalogo prodotti associati
	3	Fungere da contraente generale per servizi spesso necessari agli associati quali: <ul style="list-style-type: none"> ▪ traduzione tecnica in più lingue (es. brevetti) ▪ difesa legale dei brevetti ▪ corsi tecnici per il personale e di acquisizione certificazioni ▪ eventi informativi per i clienti degli associati (es. opportunità del 4.0)
	4	Ricerca e selezione personale qualificato attraverso stipula convenzione con società specializzata

Tema 2		Evoluzione dell'imprenditore: resilienza e condivisione
		<i>DIREZIONE DELL'EVOLUZIONE</i>
1		Vedute più ampie, mente aperta, ascolto di punti di vista diversi
2		Più flessibilità
3		Da imprenditore a manager
4		Delega ad esperti dimostrando fiducia, tolleranza dell'errore e ridimensionando la propria sindrome di controllo
5		Coerenza tra dichiarato e agito
6		Ascolto e rispetto della new generation
7		Più attenzione nel selezionare efficacemente i collaboratori
8		Consapevolezza delle esigenze di riorganizzazione
9		Riconoscimento della forza del fare squadra
10		Comprensione/conoscenza del mondo social
11		Coraggio di ammettere di non essere onniscienti
12		Meno autoreferenzialità, più impegno dell'immagazzinare stimoli nuovi, nel fare tesoro delle condivisioni degli altri
13		Più umiltà
14		Impegno nel non sedersi sulle abitudini
15		Empowerment dei collaboratori diventando "coltivatori" delle risorse umane
16		Coraggio di fare un passo indietro in azienda
17		Vivere il beneficio creato in squadra come opportunità (non essere gelosi dei benefici)
18		Maggiore partecipazione alla vita associativa di Assomac

Tema 2	Evoluzione dell'imprenditore: resilienza e condivisione
	<i>COSA PUO' FARE ASSOMAC</i>
1	Aiutare a studiare il mondo esterno per trovare modalità innovative di fare business
2	Far capire dove va il settore
3	Diffondere case history ispiranti
4	Aiutare a trovare le persone (giovani) giuste da assumere (sono difficili da trovare)à banca dei talenti/ a valutare le persone
5	Supportare nella formazione delle proprie risorse
6	Svolgere il ruolo di consulente che indirizza verso i cambiamenti da realizzare
7	Unire gli imprenditori come una comunità forte che agisce insieme verso le minacce estere
8	Creare situazioni per le aziende associate per fare squadra tra di loro e far condividere e co-creare
9	Definire insieme agli imprenditori cosa significa condividere (quale/i filone/i) quali sono le regole del gioco e le situazioni che permettono alleanze vincenti
10	Supportare nell'azione di comunicazione: quali strumenti e linguaggi, quali messaggi
11	Fare tesoro della filiera da far conoscere e valere nel mondo
12	Far conoscere di più i servizi offerti

Tema 3		Comunicazione: migliorare la comunicazione tra gli associati e verso l'esterno
		ELEMENTI DISTINTIVI da comunicare meglio per ottenere più vantaggi come associazione e come imprese
1	Italianità declinata in:	<ul style="list-style-type: none"> ➤ qualità del prodotto ➤ qualità del servizio (anche assistenza) ➤ creatività / inventiva ➤ ascolto del cliente (anche nel Mondo) ➤ flessibilità ➤ capacità di trovare la soluzione adatta sempre ➤ grande innovazione tecnologica
2	Essere partner completi (360°)	
3	Eccellenza	
4	Affidabilità	
5	Storicità	
6	Esperienza	
7	Risultati ottenuti	
8	Certificazioni	
9	Sostenibilità	
10	Lavoro artigianale industrializzato	
11	Leader dell'economia circolare - filiera pelle	
12	Competenza tecnica (sappiamo fare qualsiasi macchinario)	

Tema 3		Comunicazione: migliorare la comunicazione tra gli associati e verso l'esterno
		<i>INIZIATIVE DA ATTIVARE per far percepire il nostro valore all'interno della filiera</i>
1		Incontro con Greta Thunberg per nobilitare la pelle (che sarebbe già uno scarto)
2		Fondo comune per investire su influencer
3		Rivedere "come ci presentiamo": più standing, più immagine, più compattezza
4		Comunicare come una filiera unica
5		Investire sinergie tra settori contigui
6		Più collaborazioni con altri settori
7		Open day in azienda per farci conoscere
8		Storytelling associativo
9		Cercare di contrastare la forza dell'industria del sintetico (ecopelle)
10		Cavalcare l'onda anti-plastica
11		Cercare una forza di lobby più allargata (mondo?)
12		Creare rivista Assomac da mandare a clienti
13		Promuovere il prodotto
14		Creare standard di sicurezza e sostenibilità imposto a tutta l'industria
15		Social media plan: utilizzo dei social ragionato, massivo e diffuso con piano editoriale
16		Ottimizzare il sito attuale, non sempre user friendly

Tema 3		Comunicazione: migliorare la comunicazione tra gli associati e verso l'esterno
		COMUNICARE MEGLIO TRA DI NOI in un'ottica di condivisione e appartenenza nuova
	1	Più incontri come questo (farli diventare routine): <ul style="list-style-type: none"> • strutturati • fissi • a tema • a rotazione nelle varie regioni • laboratori tematici
	2	Chat wapp (come già usa la next gen) per confronto, scambio, risoluzione di problemi, consigli
	3	Condivisione di best practice, anche con video su pagine social "chiuse"
	4	Organizzare webinar
	5	Video conferenze
	6	Chiamate skype di condivisione e approfondimento
	7	Utilizzare le fiere per frequentarsi maggiormente (cene)

Tema 4		Sostenibilità e CSR (Responsabilità Sociale Di Impresa): non solo green
		WELFARE
	1	<p>Il welfare è una tematica che può stare sotto il cappello Assomac? tema di confine</p> <ul style="list-style-type: none"> • Primo step: Assomac con ruolo di coordinamento, informativo e formativo • Secondo step: associazioni territoriali che mediano prima di arrivare al 3 step • Terzo step: consulenza
	2	<p>Flessibilità oraria, tele-lavoro: ciò implica lavorare per obiettivi e avere un sistema di performance management che premi la funzione che ha raggiunto gli obiettivi prefissati. per fare ciò è necessario avere una comunicazione trasparente e coinvolgente, in modo da non creare precedenti o invidie:</p> <ul style="list-style-type: none"> ☐ In questa logica il capo deve diventare un coordinatore, in grado di gestire le sue persone nel migliore dei modi.
	3	<p>Fattori limitanti al welfare</p> <ol style="list-style-type: none"> I. Mindset II. Cultura aziendale (fiducia tra imprenditore e dipendente) III. Dimensione dell'azienda

Tema 4		Sostenibilità e CSR (Responsabilità Sociale Di Impresa): non solo green
		SOSTENIBILITÀ
	1	Green da sostenere e comunicare in modo più forte: creare prodotti a basso impatto ambientale e sostenere la TARGA VERDE
	2	Certificazione della sostenibilità Assomac si deve attivare per chiedere scontistiche agli enti: favorire la diffusione della TARGA VERDE
	3	Creare un codice etico su cui classificare le aziende (logica great place to work)

Tema 4		Sostenibilità e CSR (Responsabilità Sociale Di Impresa): non solo green
		<i>COSA PUÒ FARE ASSOMAC</i>
	1	Fornire formazione, al fine di permettere alle aziende di portare competenze al suo interno sul tema sostenibilità e welfare <ul style="list-style-type: none"> ✓ su figure che hanno contatto diretto con il cliente per supportarli nella relazione ✓ sui nuovi entrati in azienda
	2	Fornire strumenti a supporto per guidare le aziende verso elementi concreti di sostenibilità (a livello associativo)
	3	Supporto morale (condivisione)
	4	Permettere la condivisione di best practice tra associati (creare prima FIDUCIA tra imprenditore e associazione)
	5	Gestione dei sindacati per chiedere soldi in busta paga e non benefit
	6	Analisi benchmark in settori e mercati diversi ma analoghi per capire quali politiche di sostenibilità e welfare mettono in atto
	7	Rapporto con le scuole: Assomac crea un'informativa e fa da collettore; sono poi le territoriali che gestiscono i rapporti diretti con le scuole
	8	Creare una piattaforma di welfare Assomac con condizioni più favorevoli
	9	Creare TFR/Assicurazione Assomac per i dipendenti delle aziende associate che diventa un incentivo per trattenere le persone all'interno del mercato
	10	Creare una rete tra gli associati che permetta il passaggio di una persona interessata da un'azienda all'altra, in modo da mantenere le competenze distinte all'interno del settore
	11	Ragionare in ottica di brand complessivo. Assomac deve: <ul style="list-style-type: none"> ❖ promuove a livello globale (marketing) ❖ facilitare l'ingresso in mercati esteri indicando le certificazioni necessarie per ogni nazione ❖ creare un marchio distintivo che racchiuda tutti gli associati, che venga riconosciuto all'estero passando un valore importante documentato da certificazioni ad hoc (es. pelle italiana; made in Italy...)