

Metodi manageriali e iniziative coraggiose alla base del successo di UCIF

# I ritmi dell'impresa nell'associazionismo moderno



La prima edizione di "Finitura & Oltre" si è tenuta a Bergamo nel settembre 2005

*In un mercato globale che cambia molto rapidamente, UCIF (Unione Costruttori Impianti di Finitura) ha saputo utilizzare il linguaggio dell'impresa, anziché quello della burocrazia, con le aziende socie e con le associazioni affini, aumentando il numero dei soci e avviando progetti ambiziosi. In particolare, con "Finitura & Oltre", manifestazione espositiva settoriale dedicata al settore della finitura industriale, ha realizzato un grande progetto di comunicazione integrata. Un progetto che prevede due manifestazioni a carattere biennale in alternanza: una in Italia negli anni dispari e una in Russia negli anni pari. La prossima edizione di "Finitura & Oltre", che si terrà a Bergamo nel settembre 2007, punta ad avere 180-200 espositori e 5000-6000 visitatori specializzati.*

GIOVANNI P.A. BONFIGLIO, PRESIDENTE DI "FINITURA & OLTRE"

**I**l mondo associativo, sempre in bilico tra l'inerzia e l'efficienza, deve spesso confrontarsi con la propria storia e con la frenesia di un mercato che cambia troppo in fretta. La sovrapposizione di questi due elementi molte volte crea tensioni con la base associativa, spesso dovute ad abitudini che impediscono di comprendere il ritmo dell'impresa, inteso come metodo operativo da utilizzare all'interno delle asso-

ciazioni. Nel nostro caso, invece, è accaduto esattamente il contrario: UCIF ha saputo fare associazionismo utilizzando con successo un metodo imprenditoriale.

Non può essere un caso che nel periodo più nero dell'industria italiana UCIF abbia messo in cantiere la sfi-

*(segue a pag. 75)*

## Da Bergamo a Mosca

"Finitura & Oltre" è qualcosa che va al di là della "fiera di Bergamo". Infatti, il progetto prevede una struttura internazionale in grado di veicolare le nostre produzioni in modo omogeneo almeno in tutti i mercati d'Europa.

Per questa ragione sono state previste due manifestazioni a carattere biennale da tenersi in alternanza: una in Italia negli anni dispari e una in un paese dell'Est europeo negli anni pari.

Dopo attente ricerche è stata individuata la Russia come paese per l'edizione estera di "Finitura & Oltre" e la capitale Mosca come sede. Pertanto, oggi si sta lavorando per costruire il primo esempio di una manifestazione internazionale di tipo settoriale con due sedi fisse: Bergamo e Mosca.

La prima esposizione a Mosca è stata organizzata, in forma embrionale, alla fine dello scorso mese di maggio, con una collettiva di "Finitura & Oltre" organizzata all'interno della manifestazione "Metalloobrabotka". Le aziende italiane del settore, assistite direttamente o indirettamente, sono state 21, di cui 8 associate a UCIF.

Le aziende, pur avendo a disposizione un proprio stand di 16 m<sup>2</sup> preallestito, erano dislocate in un'unica area, attraversata da un corridoio interno che permetteva alle cinque interpreti di dare assistenza linguistica a tutti coloro che ne avevano bisogno. "Finitura & Oltre" si è occupata di tutta l'organizzazione, sin nei minimi particolari.

In termini associativi la missione a Mosca potrebbe generare sviluppi di enorme importanza.

Anzitutto, ciascuna impresa partecipante ha avuto l'opportunità di esplorare, in grande sicurezza e un costo modesto (circa 6000 euro tutto compreso), un mercato con enormi potenzialità. Tutte hanno avuto la possibilità di cercare interlocutori locali, con buonissime possibilità di trovarli.

Alcune aziende italiane hanno avviato interessanti trattative con operatori russi e si ha notizia di un piccolo contratto già concluso.

Presso lo stand UCIF è stato distribuito il repertorio in lingua russa con il nome di tutte le aziende partecipanti, stampato in un migliaio di copie, praticamente tutte distribuite.

Il mercato dell'ex Unione Sovietica è molto interessante. Gli investimenti attuali per le sole macchine e impianti di finitura delle superfici sono pari a 3,8 miliardi di euro.

È previsto un tasso di crescita del 10% annuo, superiore a quello delle macchine utensili. La tipologia di finitura più richiesta è quella che prevede una forte automazione dei processi, con controllo automatico. La tecnologia italiana gode di un'ottima reputazione ed è considerata, a ragione, tra le più avanzate al mondo.

A Mosca si sono svolti anche incontri che potrebbero portare a seri e interessanti collaborazioni tra "Finitura & Oltre" e alcune strutture espositive moscovite. In tal senso è stato essenziale il supporto di ANIMA, diretto e indiretto, attraverso l'apporto di FBO (Foreign Business Office) e di altre strutture locali con le quali ANIMA già collabora.



Lo stand di Ucif alla fiera "Metalloobrabotka" del maggio scorso a Mosca

## Finitura & Oltre 2007

### Bergamo, 19-22 settembre 2007

La prima edizione di "Finitura & Oltre", svoltasi a Bergamo nel settembre 2005, ha contato circa 120 espositori e un numero certificato di visitatori di poco inferiore a 3900.

Gli organizzatori hanno registrato un altissimo numero di consensi e rilevato diversi punti di miglioramento da tenere presenti per le future edizioni: a partire dalla prossima, che si svolgerà dal 19 al 22 settembre del 2007.

Rispetto alla prima, la seconda edizione di "Finitura & Oltre" prevede:

- un aumento della superficie espositiva, con apertura del secondo salone;
- la presenza ufficiale del settore della galvanica, guidato da AIFM (Associazione Italiana Finiture dei Metalli);
- la presenza ufficiale del settore dei prodotti vernicianti, promossa da GBP Communications;
- la presenza ufficiale del settore del trattamento termico, guidato da AIM (Associazione Italiana di Metallurgia);
- l'ampliamento del settore dei terzisti della finitura.



**Ingresso del nuovo polo fieristico di Bergamo**

specifica operazione, che si conta di realizzare a breve, si fa affidamento sul supporto di ANIMA.

Infine, si sta pensando a un grande convegno centrato sul rapporto tra finitura e design, con specifico riferimento al contributo che tale sinergia produce sul mercato finale, quindi sull'immagine complessiva del prodotto italiano all'estero. In questo senso si conta di avere importanti contributi istituzionali.

L'obiettivo, ambizioso ma possibile, è quello di arrivare a 180-200 espositori e 5000-6000 visitatori.

La parte "culturale" della manifestazione esplorerà lo stretto rapporto tra la produzione industriale e il design. Il curatore sarà Aldo Colonetti, direttore dell'Istituto Europeo di Design, oltre che direttore della rivista di architettura "Ottagono".

Inoltre, si sta operando per ricordare "Finitura & Oltre" con alcune manifestazioni promosse nel mondo da ICE a sostegno del "made in Italy". Per questa

da più grande, ottenendo nel contempo un buon numero di successi con il raggiungimento dell'attuale livello di associati, che è il più alto della sua storia. È stato proprio il cambio di passo deciso dal Consiglio Direttivo, con il conseguente utilizzo del metodo imprenditoriale, che ha fatto la differenza.

Se uno pensa di fare associazionismo industriale senza utilizzare gli stessi metodi manageriali utilizzati nell'industria ha sbagliato mestiere, oppure secolo. Nel senso che è rimasto in quello appena trascorso, nel quale le associazioni avevano preso la cattiva abitudine di utilizzare il linguaggio e i ritmi della burocrazia per dialogare con l'amministrazione statale. Le

moderne associazioni devono saperlo fare utilizzando il linguaggio dell'impresa. UCIF, in questi due anni, ha parlato con il linguaggio dell'impresa con tutti: con l'amministrazione e con molte associazioni con le quali oggi condivide alcuni progetti, primo tra tutti la prossima edizione "Finitura & Oltre". Tra le associazioni coinvolte nei programmi di UCIF voglio citare in primo luogo AIFM (Associazione Italiana Finiture dei Metalli) in quanto quella a noi più affine, poi AIM (Associazione Italiana di Metallurgia), Uniarria (Unione Costruttori Impianti Depurazione Aria) e Uniacqua (Unione Costruttori Impianti di Trattamento delle Acque Reflue Industriali). Inoltre, per parte

nostra abbiamo deciso di rappresentare il settore del trattamento termico, internazionalmente considerato trattamento superficiale a caldo.

### Le origini di una grande idea

Come imprenditori abbiamo da tempo capito che il mondo corre veloce e che le liturgie che hanno sin qui caratterizzato la nostra società sono incompatibili con la velocità di questi cambiamenti. Tra i "riti arcaici" che non trovano più posto nell'imprenditoria moderna ci sono le "fiere inutili". Intendo quelle organizzate per fare esclusivamente affari sulla pelle degli allocchi, che ancora aspettano clienti per il solo fatto di avere affittato uno spazio espositivo presso fiere di modesta importanza, organizzate in luoghi dove un tempo erano attive fabbriche che ora stanno chiudendo.

Mentre il mondo si apriva a dismisura e tutto finiva per avere una dimensione globalizzata, i nostri brillanti organizzatori di fiere nazionali hanno finito per polverizzare l'offerta, riuscendo nella straordinaria impresa di organizzare delle fiere specializzate con pochi visitatori, per altro generici e mai certificati. È pensabile che il limitato numero di visitatori in alcuni casi sia stata una cortesia voluta dagli stessi organizzatori al fine di deludere poche persone.

Questa realtà fatta di "fiere virtuali" e di "riti disattesi" ci ha dato la forza di reagire e il coraggio di affrontare un progetto di comunicazione integrata come "Finitura & Oltre", nella quale la parte espositiva è il frutto di azioni associative e non il risultato della semplice vendita di uno spazio espositivo.

Noi non possiamo esporre le nostre macchine senza esporre le relative tecnologie, che tra l'altro sono molto più importanti delle macchine stesse. Bisognava quindi immaginare e costruire un diverso sistema di relazioni tra il nostro settore e l'industria manifatturiera, all'interno del quale creare poi un momento espositivo. Insomma, una fiera immersa nel proprio contesto tecnologico.

Questa particolarità non poteva essere fornita da un normale organizzatore di fiere, perché non avrebbe avuto alcun interesse, oltre che nessuna competenza tecnica, a divulgare il contesto tecnologico. Questo a sua volta, essendo un concetto culturale, non è vendibile, dunque non genera fatturato. Per UCIF è diverso: noi dobbiamo divulgare la nostra tecnologia per svilupparci, per rapportarci meglio con la nostra clientela, perché è il nostro lavoro.

Dunque, quando abbiamo deciso di realizzare questa grande avventura avevamo ben chiaro il seguente concetto: le fiere tradizionali sono finite e quelle del futuro saranno diverse. Noi abbiamo voluto costruire quella della finitura.

### Il grande supporto di ANIMA

Come dicevo, il moderno associazionismo deve par-

lare il linguaggio dell'impresa. Noi lo abbiamo sempre utilizzato con ANIMA, presentando progetti concreti e ANIMA ha sempre risposto con lo stesso linguaggio, fornendo servizi e appoggi ai nostri progetti. Questi sono diventati progetti comuni, come "Finitura & Oltre", che è stato studiato e preparato da UCIF, quindi proposto e accettato da ANIMA, infine sottoscritto formalmente dal presidente di UCIF e dal presidente di EFA Srl che detiene anche il 50% del marchio di "Finitura & Oltre".

Anche questo modo di rapportarsi alla pari è stato mutuato dal mondo dell'impresa. Infatti, UCIF, in quanto associazione settoriale di base, è utile ad ANIMA per raggiungere aziende che in altro modo non sarebbero interessate ad associarsi, mentre ANIMA è utile a UCIF in quanto può fornire quel supporto logistico e istituzionale che le dimensioni di un'associazione settoriale di base non potrebbe permettersi. È proprio in questa stratificazione dei rapporti che ritroviamo il successo di "Finitura & Oltre": abbiamo dovuto trattare con piccole aziende e con importanti strutture burocratiche, sempre nei modi dovuti. Alla nostra specifica esperienza di imprenditori abbiamo affiancato la forza organizzativa di ANIMA, che in questo progetto ha potuto fare pesare il proprio ruolo, proprio perché era supportata dalla nostra esperienza settoriale. Fare associazionismo in termini imprenditoriali permette di fornire servizi efficienti alle imprese attraverso le associazioni settoriali. Quello che è stato fatto con "Finitura & Oltre" può essere preso come esempio di questo concetto innovativo. Nella sua globalità tutta l'operazione di "Finitura & Oltre" può essere definita come una serie di servizi atti a supportare le aziende del nostro settore nella fase di commercializzazione dei loro prodotti, all'interno di un mercato che tende a delocalizzare le produzioni e a globalizzarsi.

Orbene, nessuna azienda singola avrebbe potuto ottenere un tale supporto commerciale interpellando direttamente e singolarmente ANIMA e/o qualsiasi altra struttura di supporto, a partire dall'ICE sino alla miriade di consorzi nati per supportare le imprese a livello locale e/o di filiera, a volte anche e solo per incassare contributi pubblici.

Il corretto rapporto tra le associazioni di base e le strutture federali, in questo caso tra UCIF e ANIMA, oltre a essere garanzia di trasparenza consente di fornire alle imprese associate servizi cumulativi sulla base di esigenze comuni, che devono essere individuate dalle associazioni settoriali, e alle quali spetta anche il compito di presentare il progetto globale. "Finitura & Oltre", come si diceva, è qualche cosa di più grande della "Fiera di Bergamo" e se un imprenditore del nostro settore non comprende questa differenza è perfettamente inutile che vi esponga: in questi termini "Finitura & Oltre" non gli serve. □