

Le aziende associate si presentano

GRANI & PARTNERS

Grani&Partners è un'azienda leader sul mercato, storica associata Assoprom. Nasce dall'acquisizione di Giocoplast Promotion (1980) da parte del Gruppo Giochi Preziosi (5° player del Toys a livello mondiale), che detiene il 60% della proprietà, e grazie al know-how maturato in anni di esperienza e ai rapporti di sinergia con il Gruppo è in grado da un lato di ottenere, con ottimo anticipo, le licenze più forti tratte dal mondo dell'entertainment (serie tv, animazione, film, musica, giocattoli) e dall'altro di sviluppare concept di prodotto sempre nuovi e all'avanguardia. L'azienda opera nei settori promozionale (premium, articoli promozionali, corporate gadget, partwork) ed editoriale (collezionabili, magazine con gadget e altri prodotti di publishing), facendo dei bambini i veri protagonisti della propria produzione. Il Gruppo vanta una storia tutta da raccontare: negli anni '60, uno zio dei fratelli Grani va a cercare nuovi fornitori in Cina per la sua attività. Dai suoi viaggi importa anche le cosiddette "cineserie", sorta di souvenir di artigianato locale di cui omaggia in primis i nipoti giovanissimi e poi anche altri parenti e amici, questi strani "gadget" agli occidentali piacevano molto e allora ne importa sempre di più e nasce così la Giocoplast Import/Export S.p.A. Oggi la Grani&Partners può vantare collaborazioni ad alta fidelizzazione con aziende e gruppi dislocati in 33 diversi paesi su scala mondiale, anche in Oriente, mantenendosi sempre all'avanguardia nell'ambito della sicurezza e del rispetto ambientale.



SPECIAL GIFT

Il bello è sempre ... bello ... ed ecco che scende in campo con le sue eleganti confezioni regalo la società Special Gift, nuovo associato di Assoprom. Specializzati nel confezionamento di prodotti enogastronomici, spazia dalle grandi marche ai prodotti tradizionali e artigianali sempre con soluzioni a misura di cliente. Attraverso uno staff altamente specializzato la Special Gift ha maturato una grande esperienza nel settore delle forniture alimentari lavorando con aziende, ristorazione e grande distribuzione organizzata. Dalla composizione della confezione creata in base alle richieste, alla stesura dell'ordine, sino al monitoraggio della consegna della merce, così avviene il lavoro aziendale con un'attenta cura al particolare raffinato e sofisticato.



È un complesso produttivo di 11.000 mq ben organizzato per automazione, sistemi informatici, coordinamento e logistica con ventidue anni di esperienza nel campo del confezionamento della regalistica natalizia come strenne e cesti addobbati con cura, ricchi di prodotti locali e di nicchia oltre quelli imposti dalla tradizione. Vengono realizzati abbinamenti originali, anche a tema per rendere l'omaggio sempre più ricercato. La Social Gift cura anche un vasto assortimento di vini, bollicine e distillati oltre la linea Symposium con confezioni realizzate all'interno di originali cassette di legno serigrafate.

Quando si desidera, inoltre, impreziosire grandi eventi aziendali come congressi, convention e cene oppure quei momenti che segnano la vita di ogni uomo come battesimi, comunioni, matrimoni si può contattare la Special Gift che con la nuova sezione targata EVENTS sa adattare i vari oggetti, anche i più semplici, come gadget o bomboniere, alle varie situazioni scegliendo fra un'ampia gamma di nastri, confetti, sacchetti e scrigni differenti per colore, forma e dimensione e la possibilità di apporre logo aziendale, frasi, nomi o immagini per rendere unico il vostro dono. Ed in tema di chicche, vasto l'assortimento di candele a fiamma e a led. È possibile, inoltre, visitare il sito www.special-gift.it per poter valutare concretamente tutte le soluzioni che l'azienda è in grado di offrire.

Dicci la tua!

NUOVA RUBRICA

Con questa nuova rubrica intendiamo chiedere a tutti gli Associati di esprimere la loro opinione su alcuni temi che verranno presi in esame dal Consiglio Direttivo. In ogni numero dell'House Organ proporremo un quesito. Gli Associati che desiderano comunicare il loro pensiero in merito, potranno farlo contattando direttamente la presidenza all'indirizzo: presidente@assoprom.it o al numero 339 4893957.

TERZO QUESITO:

**Assoprom Servizi Srl:
Avete idee per rilanciare
l'attività nel 2013?**

Nuovi soci Assoprom

ASSOPROM DÀ IL BENVENUTO A:

**NISIO FRANCESCO
PROMOS**
Distributore, Agenzia di Servizi
Bari (BA)

**ALDO BASILICO
PROMOTION ITALIA**
Distributore, Agenzia di Servizi
Cesano Maderno (MB)

Agenda

GENNAIO

05/01/13, 07/01/13
THE ASI SHOW
Orlando

07/01/13, 09/01/13
REMADAYS EUROPE
Nürnberg

09/01/13, 11/01/13
PSI
Düsseldorf

16/01/13, 18/01/13
PROMOTION TRADE EXHIBITION
Milano

16/01/13, 18/01/13
EXPO RECLAM
Madrid

17/01/13
ASSEMBLEA ORDINARIA
DEI SOCI ASSOPROM
Milano

18/01/13, 22/01/13
MAISON & OBJET
Paris

23/01/13, 24/01/13
TRADE ONLY NATIONAL SHOW
Coventry, UK

24/01/13, 27/01/13
MACEF
Milano

25/01/2013
CONVEGNO SIOTEC:
QUANDO LA STAMPA FA EFFETTO
Lancenigo di Villorba (TV)

FEBBRAIO

05/02/13, 07/02/13
CTCO
Lyon

06/02/13, 08/02/13
REMADAYS
Warsaw

06/02/13, 08/02/13
THE ASI SHOW
Dallas

15/02/13, 17/02/13
EXPO DELLA COMUNICAZIONE
Catania

MARZO

02/03/13, 03/03/13
OPEN HOUSE TOUR
Palermo

02/03/13
ASSOPROM ITALIAN TOUR
Palermo

13/03/13, 15/03/13
PROMOTION EXPO
Milano

22/03/13, 24/06/13
THE ASI SHOW
Long Beach

23/03/13, 24/03/13
OPEN HOUSE TOUR
Lamezia Terme

23/03/13
ASSOPROM ITALIAN TOUR
Lamezia Terme

26/03/13, 29/03/13
PROMZ EVENT
Utrecht

OPEN HOUSE TOUR 2013
**Presentiamo il calendario completo del Roadshow
espositivo Assoprom in programma per il prossimo 2013:
maggiori dettagli contattando la Segreteria.**

02-03 Marzo - Palermo

23-24 Marzo - Lamezia Terme

13-14 Aprile - Bari

20-21 Aprile - Napoli

04-05 Maggio - Ascoli

11-12 Maggio - Roma

23-24 Maggio - Oristano

06-07 Giugno - Firenze

20-21 Giugno - Verona

05-06 Settembre - Trento

19-20 Settembre - Torino

17-18 Ottobre - Parma

24-25 Ottobre - Genova

Costo a tappa: € 400,00 per spazio mt 2X2; € 700,00 per spazio mt 4X2.
Per chi aderisse all'intero tour, costo: € 3.000,00 per spazi mt 2X2;
€ 4.800,00 per spazi 4X2. I prezzi si intendono IVA esclusa.



14 Gennaio 2013
esce
l'Assoprom
house organ
n.4

house organ

N. 4

in questo numero...

Focus su...

Intervista al Presidente Dott. Mattia Riccò

L'Ufficio Stampa Assoprom

La collaborazione Assoprom-Siotec

L'Osservatorio Nazionale del Promozionale

Le aziende si presentano

Grani&Partners e Special Gift

Dicci la tua

La rubrica per dare voce agli associati

Agenda

L'elenco dei prossimi appuntamenti

Focus su...

INTERVISTA AL PRESIDENTE DOTT. MATTIA RICCÒ

Presidente, lei è a metà del suo percorso alla guida del Consiglio Direttivo Assoprom, sin dall’inizio del suo mandato ha scelto di puntare tutto sulla “qualità”. Quali sono stati i risultati più significativi?

Nel presentare il nostro programma elettorale dichiaravamo l’importanza del fare in modo che il marchio Assoprom diventasse sempre più un marchio di grande qualità, l’importanza del far sì che, per una Azienda, l’appartenere ad Assoprom fosse riconosciuto come un sinonimo del fatto che commercializza beni o eroga servizi di una qualità superiore rispetto a quella vantata da chi non può dirsi parte della Associazione. Allo scopo di perseguire questo obiettivo, ci siamo impegnati nella realizzazione di eventi che potessero coinvolgere gli operatori del promozionale e gli utenti finali. Ricordo, a questo proposito, con grande piacere la partecipata prima Convention Nazionale del Promozionale organizzata lo scorso 13 Ottobre a Parma. E’ stato un appuntamento fortemente voluto dalla Associazione, un importante momento di confronto tra operatori del promozionale e fruitori di prodotti e servizi promo pubblicitari, un’occasione per riflettere, tutti insieme, su come il nuovo contesto di mercato incida sulle attività promozionali delle Aziende. E’ stato un anno intenso e proficuo; abbiamo puntato molto sull’organizzazione di eventi che potessero creare una squadra forte di operatori del settore perché noi di Assoprom dobbiamo diventare una “grande famiglia”. Devo dire poi, parlando di qualità, che fondamentale nel 2012 è stata la promulgazione del Codice di Condotta, strumento di autoregolamentazione che ci ha consentito di rendere trasparente l’azione della nostra Associazione nei confronti di tutti coloro che interagiscono con la stessa, di chiedere a tutti gli Associati di agire secondo principi e regole ispirati a ciò che dal Codice viene regolamentato, nel rispetto di una reciproca collaborazione. Il mio predecessore, l’amico Marco Busini, aveva lavorato alacremente alla sua realizzazione, nel Marzo 2012 il Codice è stato ufficialmente presentato agli Associati e reso definitivamente operativo. Se c’è una cosa che mi ha fatto molto piacere è che il testo non nasce dal solo lavoro del Consiglio Direttivo e di esperti consulenti legali ma anche e soprattutto dalla analisi di numerose ed interessanti proposte pervenute dagli Associati. Sono orgoglioso di questo.

Come è migliorato il rapporto con gli associati e quanto è effettivamente servito l’Assoprom Italian Tour per favorire lo spirito di gruppo?

È importantissimo, in una Associazione, stimolare la partecipazione alla vita associativa. Su cosa abbiamo lavorato? Innanzitutto abbiamo migliorato i processi comunicativi interni. Il sito internet è stato rivisitato ed è stata resa più semplice la sua navigazione, per attività specifiche abbiamo creato siti internet dedicati (penso, a titolo esemplificativo, a quello realizzato per l’Open House Tour), abbiamo istituito una pagina sul social network Facebook ed un blog

allo scopo di rendere maggiormente interattivo il rapporto con i nostri Associati, abbiamo intensificato gli invii delle newswletter che vengono ormai recapitate con cadenza settimanale a tutti i nostri Associati Ordinari e con cadenza mensile a tutti i nostri Associati Aggregati, abbiamo predisposto un house organ cartaceo inviato con cadenza bimestrale a tutti gli Associati e distribuito nelle principali Manifestazioni Fieristiche di settore. È stata poi rivisitata l’Associazione dal punto di vista strutturale istituendo le Sezioni Territoriali (radici locali di una Associazione, punto di osservazione più vicino alle problematiche concrete degli Associati), le Commissioni (supporto decisivo per elaborare politiche specifiche in alcuni settori) ed i Gruppi di Studio. Punta di diamante, per noi, di questo percorso, rimane la nascita dei due Road Show “Assoprom Italian Tour” e “Open House Tour”. Il primo, di natura prettamente convegnistica, ha lo scopo di avvicinare sempre più l’Associazione ai propri Associati, di promuovere la serietà delle Aziende Associate ed il valore della PTO. Il secondo, di natura invece prettamente espositiva, consente ad un pool di aziende espositrici della “grande famiglia” di Assoprom di presentare i propri prodotti e servizi, in diverse città italiane, a prezzi veramente contenuti. Due Road Show, assai partecipati nella loro prima edizione, che vedranno Assoprom, in questo 2013, “a spasso per l’Italia” in oltre 14 località. Due Road Show che hanno aiutato a rafforzare, in tanti imprenditori, il proprio senso di associativismo. Basti pensare che alcune Aziende, a seguito della partecipazione a questi eventi, hanno scelto di esporre, in diverse Manifestazioni Fieristiche, radunandosi sotto un unico cappello, quello dell’Associazione, la quale realizza pavillion espositivi attraverso la Assoprom Servizi S.r.l.

È migliorato il dialogo con le istituzioni e nello specifico con Confindustria? Quali i benefici per l’associazione?

La nostra Associazione ha un forte ruolo di aggregatore e guida per l’economia del Paese. Il rapporto con le Istituzioni, prima fra tutte Confindustria, è fondamentale e noi abbiamo aperto un confronto diretto con essa e, attraverso di essa, col mondo politico. Personalmente ho incontrato il Presidente Nazionale di Confindustria, il Dott. Giorgio Squinzi, lo scorso 16 Novembre, periodicamente ho incontri con il Dott. Dino Fenzi, Presidente Nazionale di Confindustria Federvarie. Questi incontri hanno favorito la conoscenza e la referenzialità della nostra Associazione e dei suoi iscritti, sono serviti per gettare le basi per una forte collaborazione. Diverse attività sviluppate nel 2012 e in programma per il 2013 nascono proprio dalla collaborazione con Confindustria Federvarie e con le Territoriali Regionali di Confindustria le quali, ad esempio, ci hanno già offerto la possibilità di attingere alle loro banche dati in modo da invitare i loro iscritti ai nostri eventi. Stiamo lavorando per fare Sistema e migliorare i rapporti all’interno dell’intero comparto del promozionale. Siamo molto più inseriti di prima nel Sistema Confindustriale!

Del suo programma elettorale cosa deve ancora realizzare?

Come ho dichiarato nel mio programma elettorale, vedo Assoprom come una Associazione sempre più trasversale che unisce, attorno ad un punto di interesse comune, produttori, importatori, distributori di oggetti promo pubblicitari ma anche agenzie di comunicazione, agenzie di promozione che si occupano della gestione di manifestazioni a premio, consulenti di marketing, operatori nel campo della personalizzazione, ... In questo 2013 dovremo lavorare innanzitutto alla ricerca di sinergie con le altre Associazioni del comparto. Abbiamo posto le basi per una forte collaborazione con Siotec, saremo “fianco a fianco” in diverse iniziative quest’anno, non siamo ancora riusciti, invece, in questo intento con Asso Comunicazione. Forte è poi la necessità di monitorare il mercato, di condurre le attività di ricerca necessarie ad indagare ed interpretare ogni aspetto della base associativa nonché della economia del nostro comparto, di elaborare ricerche a favore e servizio dei nostri associati, che potranno utilizzarle come strumento di pianificazione e di marketing, di analisti ed economisti, giornalisti e studenti. I prossimi mesi ci vedranno al lavoro per la creazione di un Centro Studi dedicato al nostro comparto. La costituzione di un vero e proprio Centro Studi è sicuramente un progetto ambizioso ma mettendo in

L’UFFICIO STAMPA ASSOPROM

Si respira aria di novità in Assoprom. Il direttivo ha scelto di proporre l’associazione ai mass media in un modo nuovo: dunque l’idea di creare un ufficio stampa la cui attività prioritaria possa essere indirizzata proprio al mondo della comunicazione scritta, radiofonica, televisiva e telematica. Tempestività, chiarezza e fluidità nella veicolazione delle informazioni saranno gli elementi basilari sui quali si fonderà questa nuova avventura ancora una volta firmata Assoprom.

L’ufficio stampa rappresenterà l’associazione in tutti i rapporti con il pubblico, frazionandosi fra i flussi interni ed esterni di comunicazione. Mettendo sempre in luce i diversi aspetti del profilo associativo verranno redatti comunicati stampa per gli eventi ritenuti più significativi, in modo da lanciare e pubblicizzare le iniziative proposte dal direttivo. Con una cadenza bimestrale, per altro, verrà curata l’organizzazione e la realizzazione dell’House Organ con un occhio sempre attento alle esigenze dei suoi lettori. All’interno della rivista verranno inserite tutte le potenziali novità che possano interessare i soci con una figura che presenzierà alle fiere di settore mantenendosi sempre a passo con i tempi.

Una buona comunicazione è funzionale all’efficienza di un’organizzazione ed alla pianificazione delle sue attività, interpretando il feedback di ritorno dei giornalisti che sono gli opinion leader più influenti del mercato. Riuscire a stabilire con loro un efficace rapporto di scambio significa suscitare l’attenzione e l’ammirazione generali: proprio a questo servirà l’ufficio stampa. È una nuova sfida nella quale l’associazione ha voluto tuffarsi con consapevolezza, voglia di crescita e con il desiderio di “coccolare” sempre più i propri fedeli sostenitori.

Come contattare l’Ufficio Stampa:

La sede si trova in via Teatro Massimo, 58, Catania. CAP: 95131

Cell: 3465819972

Fax: 095/316593

Email: giorgiamosca@hotmail.it

gioco le giuste professionalità, potendo contare sulla collaborazione di Confindustria, del mondo Universitario (collaborerà nel progetto il Prof. Roberto Ravazzoni, docente di economia e gestione delle imprese dell’Università degli studi di Reggio Emilia) e di tanti imprenditori sono certo il traguardo sia raggiungibile entro il primo semestre del 2013. Ultima cosa sulla quale dobbiamo ancora lavorare è l’intensificazione del rapporto scuola- impresa, entrambe sono leve importanti per lo sviluppo della nostra economia!

Per il 2013, al di là di quello che abbiamo già detto, cos’altro si prospetta per Assoprom?

Sicuramente dovremo ampliare ulteriormente la base associativa, creare fonti di business per la Assoprom Servizi S.r.l. allo scopo di finanziare progetti utili per i nostri Associati, ... Ma vorremmo anche sensibilizzare l’imprenditoria di comparto a lavorare sulle reti di impresa consapevoli che “piccoli è bello ma grandi è meglio” ... Le cose in programma sono tante, fortunatamente ho accanto a me amici (i membri del Consiglio Direttivo, i Responsabili Territoriali, i Proviviri) che credono molto in questa Associazione e che lavorano tantissimo per essa, e di questo li ringrazio, ma invito chiunque abbia idee nuove a proporle ... Certo per il 2013 ci saranno altre novità ma per ora preferisco non svelare più nulla.

LA COLLABORAZIONE ASSOPROM - SIOTEC

Una stretta di mano per sancire una collaborazione siglata Assoprom – Siotec. Il 2013 si apre con questa novità. Un percorso in fieri che attraverso la partecipazione di entrambe le associazioni ad alcuni dei convegni in programma e ad iniziative specifiche, come l’Expo della Comunicazione di Catania a Febbraio, possa porre le basi per lo sviluppo di tematiche congiunte che tocchino punti di interesse comuni con un occhio sempre attento al dialogo.

“Sono lieto che il 2013 inizi con questo segnale di apertura tra le due Associazioni che rappresentano aspetti diversi e di filiera di uno stesso mercato – ha spiegato il Presidente SIOTEC, Corrado Bizzini. Auspichiamo e crediamo che tra i soci si possano creare opportunità di scambi culturali e di business. Le condizioni del nostro mercato rendono più che mai necessario – conclude il Presidente – sorpassare barriere ideologiche di contrapposizione e fare sinergia; lavorare per conoscersi meglio e sviluppare progetti comuni che, grazie all’unione degli sforzi, potranno raggiungere dimensioni più ampie e risultati più certi.”

Così come il Presidente Bizzini, anche il Presidente di Assoprom, Mattia Riccò, si dichiara lieto di questa collaborazione e spera in un futuro operativo molto fruttuoso.

L’OSSERVATORIO NAZIONALE DEL PROMOZIONALE

Arriva il Centro Studi e l’Osservatorio Nazionale del Promozionale anche per l’Associazione Assoprom. Secondo i piani entro la fine del primo semestre 2013 il progetto diventerà operativo. Verrà così monitorata costantemente l’evoluzione del mercato. Tre le forze che si uniranno per una grande sinergia: Confindustria, il settore imprenditoriale ed il mondo dell’Università al cui timone ci sarà il Professore Roberto Ravazzoni, ordinario di Economia e Gestione delle Imprese nell’Università di Modena e Reggio Emilia e coordinatore di ricerca presso il CERMES – Bocconi. “L’esigenza di creare un Osservatorio – spiega Ravazzoni – è emersa con forza in occasione della preparazione della Prima Convention Nazionale del Promozionale che si è tenuta a Parma ad ottobre. Con il Presidente Mattia Riccò ci siamo subito resi conto che occorreva ripartire dalla qualificazione dello stato dell’arte del settore, a fronte delle numerose discontinuità e dei frequenti cambiamenti intervenuti in questi ultimi anni.” Al fine di stilizzare le possibili opzioni strategiche a disposizione delle imprese del settore verrà ricostruito il quadro competitivo di riferimento, che nel frattempo ha cambiato assetto e composizione. L’Osservatorio Permanente rappresenta, dunque, una volontà di cogliere i cambiamenti in atto in modo particolare nel comparto della pubblicità tramite oggetto e della regalistica aziendale, identificando le principali dinamiche evolutive e soprattutto i nuovi attori che si affacciano sul panorama di una concorrenza sempre più “allargata”. È così che si offrirà ai soci un’analisi precisa, approfondendo bene la realtà dell’associazione con composizione e consistenza numerica e si studieranno i potenziali associati tenendo sott’occhio i competitors con le loro scelte di strategia promozionale. “Un percorso di almeno tre anni – aggiunge il Prof. Ravazzoni – perché altrimenti si rischia di realizzare una bellissima fotografia poco utile. Quel che possiamo anticipare è che nei prossimi anni le iniziative promozionali potrebbero assumere una dimensione immateriale più pronunciata. Questa tendenza è rintracciabile nel più ampio fenomeno della terziarizzazione dei bisogni e delle preferenze del consumatore contemporaneo. In un contesto di mercato di questo tipo, si stanno quindi profilando nuove e più ampie dimensioni della concorrenza per tutti.” I dati statistici che emergeranno dalle approfondite ricerche verranno messi a disposizione dell’associazione e potranno essere consultati dai soci per utilizzarli come strumento utile di pianificazione e di marketing, ma, se ne potranno servire anche economisti, giornalisti e studenti.

Siotec è l’associazione italiana che raggruppa chi opera nel settore della stampa serigrafica e specialistica, della stampa digitale e tessile. Fondata nel 2006, Siotec ha una struttura aperta e democratica, è indipendente da sindacati e politica, ha uno statuto studiato sul modello delle associazioni non-profit e trasparenti per responsabilità. Siotec mette a disposizione dei propri soci le risorse necessarie per essere aggiornati e più competitivi sul mercato. Costruisce i contatti e le opportunità di approfondimento per un uso efficiente della tecnologia e dei processi per la creazione, personalizzazione, produzione e utilizzo di stampati speciali. Siotec è parte di FESPA, Federazione Internazionale che comprende 37 associazioni in altrettante nazioni del mondo e in questo modo offre l’opportunità di essere parte di una rete mondiale di esperti, rendendo disponibili a livello nazionale le esperienze più di successo degli altri paesi.

www.siotec.it