

Le aziende associate si presentano

MAIKII

Maikii nasce nel 2008 da un'intuizione di due giovani trevigiani, Matteo Fabbrini e Francesco Poloniato. I due, allora ventiseienni, hanno l'idea di fondare un'azienda che concentri il proprio core business su un solo prodotto dalle enormi potenzialità: la chiavetta USB. «Ci siamo resi conto» spiega Matteo Fabbrini, «che il mercato delle chiavette USB era in forte espansione e stava acquisendo una crescente importanza tra i bisogni delle aziende. Così abbiamo deciso di creare Maikii: un fornitore italiano, affidabile e specializzato». La personalizzazione delle chiavi USB ha permesso all'azienda di arrivare a produrre 3 milioni di chiavette per le principali società italiane ed è tutt'ora in espansione in Europa. Un'ulteriore svolta, però, arriva alla fine del 2010 con la creazione del marchio Tribe, attraverso il quale l'azienda inizia a vendere chiavette a forma di animaletti: la chiavetta USB viene reinterpretata, diventa un gadget e un portachiavi, utile e divertente. Le prime collezioni si rivelano un enorme successo. Maikii continua ad investire nella propria idea, apre un ufficio in Cina a Shenzhen, distretto tecnologico che accoglie tutti i produttori di memorie USB: l'obiettivo è quello di seguire tutte le fasi di produzione e controllo qualità con personale italiano specializzato. A fine 2013 l'azienda trevigiana ha aperto una società americana con sede a San Jose, in California. Una nuova start-up che farà da ponte tra l'azienda veneta ed il mercato americano, una base preziosa nel territorio che aiuterà la nuovissima Maikii Inc. a reperire nuovi contatti commerciali e ad ampliare i propri orizzonti anche a livello comunicativo. Forte dei primi successi, Maikii riesce ad acquisire le licenze di marchi dal grande appeal: in primis I Puffi, in coincidenza con l'uscita del film nei cinema, poi Hello Kitty, Ape Maia, i Simpson, Star Wars, Barbapapà, Skelanimals, Toonstars e l'ultimo arrivato MARVEL. Il risultato è un boom oltre ogni previsione: 600 mila pezzi venduti l'anno scorso, che aggiunti a 1 milione di chiavette aziendali portano un fatturato che supera 8 milioni di euro.

maikii.

ALMA VIVA

ALMA VIVA srl è una realtà che lavora nel mondo del marketing, della creazione degli eventi, della fornitura di gadget e della personalizzazione pubblicitaria. Si propone con le migliori intenzioni qualitative sul mercato fornendo prodotti e servizi di alta qualità e con soluzioni finalizzate allo sviluppo della redditività e competitività. Per raggiungere il successo connesso al servizio richiesto, l'azienda propone idee innovative ed offre soluzioni che riducano il costo, migliorino la prestazione ed abbrevino il tempo di fornitura per essere concorrenziali sul mercato. Dalla tipografia alla cartotecnica, dal render alla modellazione 3D, ai gadget e all'abbigliamento ALMA VIVA è una realtà molto presente sul territorio italiano e si avvale del lavoro interno di un team coeso, composto da persone diverse fra loro ma rispettose le une delle altre. Questo secondo i titolari, infatti, è una condizione importante per il rendimento ottimale dell'azienda. Il loro slogan? <<Il successo dei nostri clienti è il nostro successo>>



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.

SETTIMO QUESITO:

**EXPO2015:
oltre alle nostre proposte,
quali altre attività?**

Nuovi soci Assoprom

ASSOPROM DÀ IL BENVENUTO A:

MANUEL VACCARINI
ALMA VIVA SRL
Agenzia di Servizi
Roma (RM)

FABRIZIO SELIS
MARKET SCREEN TYPOGRAPHIC SRL
Distributore, Importatore
Selargius (CA)

Agenda

GENNAIO

22/01/2014 , 23/01/2014
TRADE ONLY NATIONAL SHOW
Convetry

22/01/2014 , 24/01/2014
PTE
Milano

23/01/2014
CONSIGLIO DIRETTIVO ASSO-
PROM
Milano

23/01/2014
ASSEMBLEA DEI SOCI ASSOPROM
Milano

24/01/2014 , 27/01/2014
MACEF
Milano

24/01/2014 , 28/01/2014
MAISON & OBJET
Paris

30/01/2014
CONFINDUSTRIA: "Seminario
Tecnico Specialistico Expo 2015"
Milano

FEBBRAIO

04/02/2014 , 06/02/2014
CTCO
Lyon

04/02/2014 , 06/02/2014
THE ASI SHOW
Dallas

05/02/2014 , 07/02/2014
REMADAYS
Warsaw

13/02/2014 , 15/02/2014
EXPO 4.0
Stoccarda

13/02/2014 , 16/02/2014
SHOP & MARKET WORLD
Istanbul

18/02/2014
EPPA MEMBERS MEETING
Frankfurt

20/02/2014
PROMOROADSHOW
Parma

MARZO

06/03/2014 , 07/03/2014
FESPA GLOBAL SUMMIT
Munich

14/03/2014 , 16/03/2014
EXPO DELLA PUBBLICITA'
Catania

25/03/2014 , 27/03/2014
THE ASI SHOW
Long Beach

26/03/2014 , 28/03/2014
PROMOTION EXPO
Milano

28/03/2014 , 30/03/2014
PROMOROADSHOW
Catania

28/03/2014 , 30/03/2014
EXPO DELLA COMUNICAZIONE
Catania

APRILE

01/04/2014 , 03/04/2014
PROMZ EVENT
Utrecht

10/04/2014
PROMOROADSHOW
Torino

27/04/2014 , 30/04/2014
GIFTS & PREMIUM FAIR
Hong Kong



23 Gennaio 2014
esce
l'Assoprom
house organ
n.8

house organ

N. 8

in questo numero...

Assoprom

Intervista al Presidente dell'Associazione

Focus su...

Assoprom e Fiere di Parma: la nuova partnership

Le aziende si presentano

Maikii e Alma Viva

Dicci la tua

La rubrica per dare voce agli associati

Agenda

L'elenco dei prossimi appuntamenti

Assoprom

INTERVISTA AL PRESIDENTE DELL'ASSOCIAZIONE

Si chiude un ciclo in Assoprom. Dopo due anni di duro lavoro è tempo di tirare le somme e pensare già al futuro della più grande realtà del promozionale, la sola presente nel sistema confindustriale italiano.

Presidente Riccò, sono stati anni difficili ma la squadra è stata forte e ce l'avete fatta?

Si, abbiamo lavorato tanto e avremmo voluto fare di più ma molte delle energie sono state spese per riconquistare la fiducia dei nostri associati. Questa è stata la base fondamentale per creare una vera "famiglia". Abbiamo dato vita a diversi progetti ma tanti sono ancora da ultimare. Mi sento di dire a gran voce che sicuramente senza la significativa collaborazione dei membri del Consiglio Direttivo, primo fra tutti il tesoriere Fabio Zalambani, senza il lavoro dei Probiviri, dei Rappresentanti Territoriali, dei componenti delle Commissioni create per i vari progetti e della Segreteria, non ce l'avrei mai fatta. Grazie a tutti loro.

Ha scelto di candidarsi nuovamente per il prossimo biennio, ma se dovesse essere rieletto su cosa punterà?

Sin dall'inizio del mio mandato ho sempre creduto che "qualità" dovesse diventare la parola d'ordine della nostra Associazione. Continuo a pensarlo. E se dovessi essere rieletto vorrei lavorare affinché si diffonda l'idea che aderire ad Assoprom sia un plus per tanti.

Mi piacerebbe che la base associativa crescesse ancora di più e che la nostra realtà venisse riconosciuta come la "casa" e il "rifugio" delle aziende serie, che lavorano con grande professionalità. Lavorerò molto per raggiungere questo obiettivo e se dovessi riuscirci in seconda istanza penserei a una seria rivisitazione della struttura associativa, partendo dal rinnovo dello Statuto e dei percorsi di adesione ad Assoprom, arrivando poi anche ad una rimodulazione delle quote associative.

Presidente, ormai sono ufficiali la scissione dal PTE e la nuova collaborazione con Fiere di Parma, su cosa punterete?

Il percorso intrapreso con Fiere di Parma S.p.A. nel corso del mio primo mandato deve trovare compimento ed espansione. Il Promo Show, la cui prima

edizione si svolgerà nel Gennaio 2015, deve diventare la Manifestazione Fieristica di riferimento per il nostro comparto, almeno sul territorio nazionale. In previsione vi è anche la realizzazione di un Road Show, che decollerà nelle prossime settimane e che mi auguro possa svilupparsi in Italia e all'estero, attraverso il quale gli importatori e i produttori devono avere un'importante occasione per presentare alle agenzie i propri prodotti e servizi. Ma non finisce qui. Tra i progetti, infatti, c'è anche la realizzazione di una rivista denominata Promo Show Magazine che vorremmo trovasse posto sulla scrivania di tutti coloro che, nelle Aziende, si occupano di marketing e comunicazione.

Un altro punto fondamentale del suo programma elettorale è l'internazionalizzazione, che vuol dire?

Sarebbe auspicabile che le nostre imprese arrivassero anche all'estero e Assoprom deve aiutarle in questo. È importante che i nostri Associati che sentono l'esigenza di affacciarsi sul panorama internazionale abbiano a disposizione tutti gli strumenti consulenziali e gli incentivi economici necessari per affrontare questa "sfida". A tal proposito ritengo sia fondamentale intensificare sempre più le collaborazioni già esistenti con realtà quali Confindustria, Eppa, Mise, e Agenzia delle Dogane... Farsi conoscere nel panorama internazionale è significativo e pertanto diventa importante anche la presenza dei Pavillion dell'Associazione nelle principali Manifestazioni Fieristiche estere con le quali abbiamo già stretto prestigiose partnership.

I due anni che hanno visto al timone dell'Associazione il suo Consiglio Direttivo, sono stati spesi anche per garantire la presenza di Assoprom all'Expo 2015, un evento a cui lei tiene molto?

Credo sia una Manifestazione importantissima per il nostro Paese che durerà ben 184 giorni. Sono attesi 21 milioni di visitatori, il 30% di questi è straniero, 130 sono i Paesi coinvolti. L'Italia dovrebbe riuscire a ottenere un beneficio economico di oltre trentaquattro miliardi di euro con settantamila posti di lavoro e trentasei mila volontari impiegati. Vorrei che l'Associazione fosse presente in quei giorni con le sue Aziende che potrebbero sfruttare l'occasione per creare delle preziose opportunità di business. Lo scorso anno ho incontrato personalmente gli organiz-

zatori dell'Expo e gli ho parlato della nostra grande realtà. Si sono sviluppate subito un'ottima sintonia e collaborazione: è così che sono sicuro che questo Evento sarà un'ottima occasione per i nostri Associati.

E proprio lo scorso anno, Presidente, lei ha lavorato molto anche per lo sviluppo del Centro Studi e del Centro Rischi?

Si e vorrei continuare a farlo nei prossimi due anni. Nel nostro settore è fondamentale monitorare il mercato cercando di indagare e interpretare ogni aspetto dell'economia del nostro comparto ed elaborare ricerche che possano essere usate dai nostri Associati come strumento di pianificazione e marketing. Ma non solo, infatti col Centro Rischi le Aziende Associate possono attingere a una banca

dati centralizzata conoscendo proprio i dati aggregati idonei a valutare l'affidabilità nei pagamenti dei potenziali Clienti. È su questo che vorrei investire ancora il mio tempo.



Mattia Riccò
Presidente Assoprom

Focus su...

ASSOPROM E FIERE DI PARMA: LA NUOVA PARTNERSHIP

Da quest'anno è ufficiale la collaborazione fra Assoprom e Fiere di Parma. Le due realtà cammineranno a braccetto per lavorare al Promo Show 2015, una manifestazione fieristica che si preannuncia imperdibile. L'evento, infatti, avrà tutte le caratteristiche per attirare su di sé le attenzioni del mondo del promozionale, facendo focalizzare l'interesse principale su Assoprom e la città di Parma.

Il Promo Show 2015 sarà preceduto da un anno pieno di attività. La collaborazione fra l'associazione e Fiere di Parma si manifesterà nel 2014 inizialmente con una serie di Road Show, progettati per consentire alle aziende che producono, importano e operano nel mondo della personalizzazione di presentare i propri prodotti innovativi alle più importanti agenzie di comunicazione, di servizi e alla folta catena dei distributori.

Un'opportunità offerta a chi lavora nel settore del promozionale che in questo modo potrà analizzare passo dopo passo le tendenze di mercato nei diversi distretti italiani e allargare la propria clientela risparmiando notevolmente sul costo/contatto. È così che si arriverà al tanto atteso evento del 2015 che sarà una manifestazione B2B di tre giorni, dal 21 al 23 gennaio, divisi in due tranches: i primi due giorni saranno totalmente dedicati ai produttori, agli importatori e agli operatori del mondo della personalizzazione mentre nella terza giornata i protagonisti indiscussi saranno le agenzie di comunicazione e servizi e i distributori. Il territorio della città di Parma non è casuale poiché presenta una spiccata attitudine imprenditoriale che negli anni ha permesso la nascita di aziende dalla levatura internazionale e abbraccia un grande bacino d'utenza che verrà coinvolto attraverso un mirato programma di comunicazione e marketing che garantirà una crescita quantitativa e qualitativa del pubblico professionale. Tre saranno gli obiettivi del Promo Show 2015:

- Un incoming mirato per garantire buyers nazionali ed esteri
- L'identificazione dei trend attraverso tavole rotonde, convegni, laboratori e workshop.
- L'implementazione dei settori merceologici per diventare la fiera italiana più importante nel comparto del promozionale.



IL PRIMO ROADSHOW PROGETTATO E REALIZZATO IN COLLABORAZIONE TRA ASSOPROM E FIERE DI PARMA



LE PROSSIME TAPPE:

Parma	20 febbraio
Catania*	28-30 marzo
Torino	10 aprile
Lamezia	15 maggio
Roma	12 giugno
Firenze	11 settembre
Padova	9 ottobre

(*) ALL'interno della 8ª edizione dell'EXPO* DELLA COMUNICAZIONE

È il più completo ed importante Road Show espositivo e convegnistico dedicato agli operatori del promozionale, una vetrina espositiva preziosa per produttori, importatori e operatori nel campo della personalizzazione.

Una occasione, per chi opera nel comparto del promozionale, per presentare i propri prodotti e servizi "lasciando il segno" (grazie soprattutto al dinamismo della comunicazione e al contatto diretto con distributori, agenzie di comunicazione e agenzie di servizi) e risparmiando nel costo contatto.

Alle notevoli opportunità di business generate dal PromoRoad Show, si aggiungono importanti occasioni di formazione e informazione, concreta e operativa, su diverse tematiche legate al mondo del promozionale, attraverso il dialogo e il dibattito con imprenditori, istituzioni, associazioni, ...

LA COLLABORAZIONE TRA ASSOPROM E FIERE DI PARMA PARTE DA UN PERCORSO DI ROAD SHOW CHE ACCOMPAGNERA' LE AZIENDE AL PROMOSHOW 2015



www.promoshowparma.com

