



ASSOLOMBARDA



ASSEMBLEA GENERALE 15 GIUGNO 2009

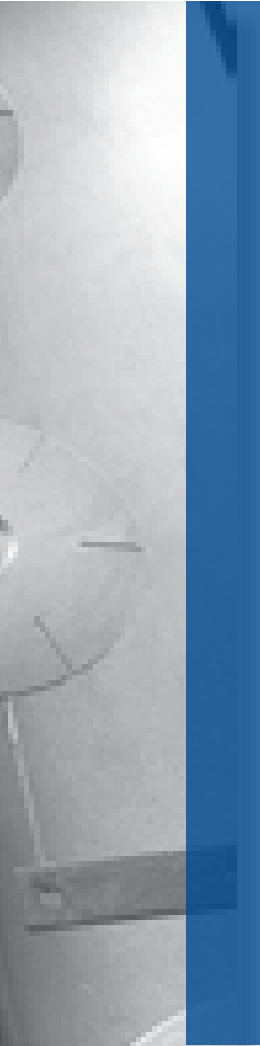
*RELAZIONE SULL'ATTIVITÀ DELL'ASSOCIAZIONE NEL 2008*

*PRESENTATA DAL DIRETTORE GENERALE ANTONIO COLOMBO*

**ARTEMIDE:  
REPARTO PRODUZIONE, IMPIANTO  
DI VERNICIATURA A LIQUIDO E POLVERE**

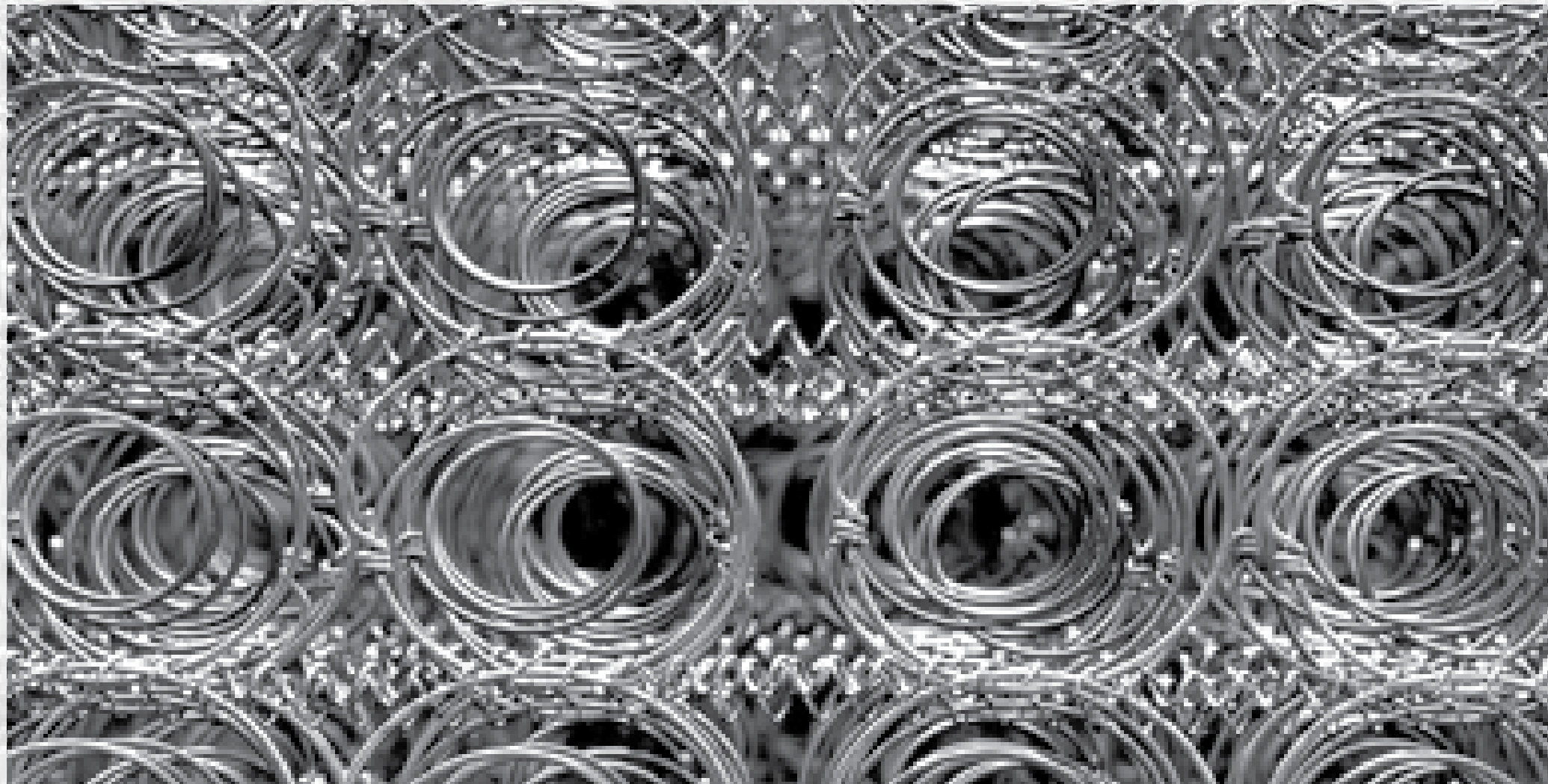


FOTO: NICCOLO' BIDDAU



Questo documento illustra in forma sintetica l'attività di Assolombarda, descritta con un corredo ampio di dati e informazioni quantitative nella "Relazione sull'attività dell'Associazione nel 2008" presentata dal Direttore Generale Antonio Colombo in occasione dell'Assemblea del 15 giugno 2009.

FLOU:  
SEQUENZA MOLLE FOSFATE IN ACCIAIO  
TEMPERATO PER INTERNO MATERASSI





## LA BASE ASSOCIATIVA: ASSETTO E ANDAMENTO

Al 31 dicembre 2007, le imprese associate ad Assolombarda erano 5.950, con 323.158 dipendenti.  
Al 31 dicembre 2008, erano diventate 6.229, con 326.050 dipendenti.

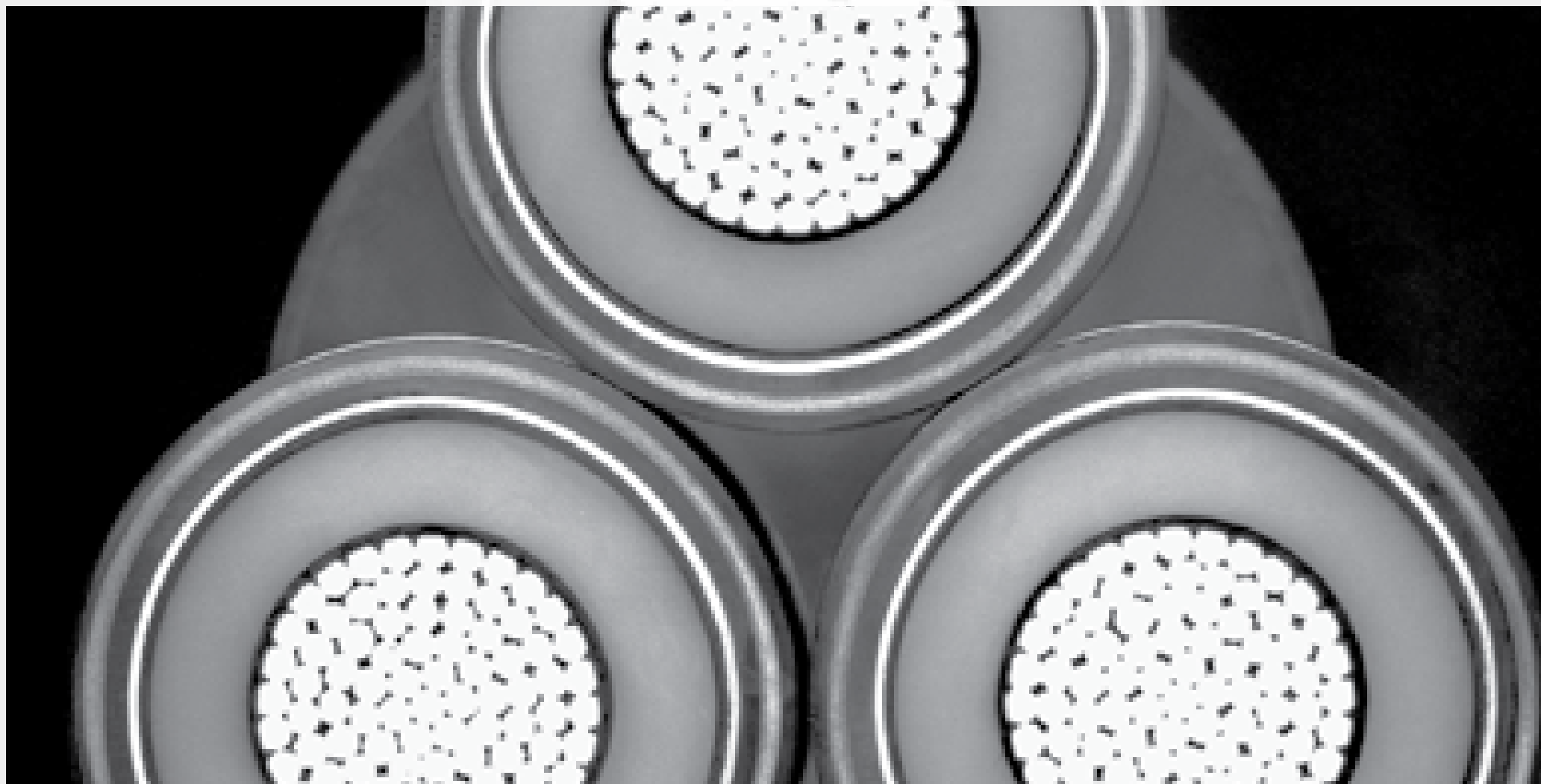
Ancora una volta, come avviene ininterrottamente da molti anni, il trend si dimostra positivo, nonostante nell'ultimo quadrimestre dell'anno la crisi finanziaria abbia cominciato a far sentire pesantemente i suoi effetti anche sull'economia reale.

Dal punto di vista dimensionale, si può notare come la base associativa sia rappresentativa del tessuto produttivo dell'area milanese.

Il 65,15% delle imprese associate arriva fino a 25 dipendenti; il 31,68% ne conta da 26 a 250; il 3,17% ne ha più di 250.

Inoltre, anche dal punto di vista settoriale la base associativa di Assolombarda riflette l'estrema varietà del tessuto produttivo locale, come è possibile rilevare dalla numerosità dei Gruppi merceologici, diciotto, nei quali sono inquadrare le imprese associate.

**PIRELLI:**  
**SEZIONE DI CAVO AIRBAG.**  
**TECNOLOGIA AVANZATA SVILUPPATA DA PIRELLI CAVI E SISTEMI ENERGIA**



## LA VITA ISTITUZIONALE

Nel perseguimento della mission e degli obiettivi dell'Associazione, gli Organi sono supportati dai Comitati Tecnici e dai Gruppi di Lavoro e sono coadiuvati dalle articolazioni dell'Associazione: oltre ai Gruppi merceologici, la Piccola Impresa, che conta 147 componenti nel proprio Comitato, il Gruppo Giovani Imprenditori, con i suoi 630 "under 40", e l'Organizzazione zonale, con decine di imprenditori attivi in prima persona sul territorio.

L'impegno di tutte queste componenti si può riassumere in un solo dato: le 384 riunioni a cui complessivamente hanno dato vita, in un solo anno, le loro attività, le loro iniziative, i loro progetti.

## LA RAPPRESENTATIVITÀ NEL SISTEMA CONFINDUSTRIA

Assolombarda è l'associazione più rappresentativa del Sistema Confindustria.

Diversi imprenditori rappresentano Assolombarda negli organi direttivi di Confindustria, di Confindustria Lombardia e di numerose altre componenti territoriali e di categoria, così come, insieme a loro, numerosi componenti della struttura partecipano all'attività di comitati tecnici e gruppi di lavoro.

Per numero di voti spettanti nell'Assemblea confederale, attribuiti in base ai contributi versati, Assolombarda è al primo posto nella graduatoria delle Associazioni confederate.

**BTICINO:  
STAZIONE DI POLIMERIZZAZIONE DELL'IMPIANTO  
DI VERNICIATURA IN CONTINUA DELLE PLACCHE**



FOTO: NICCOLÒ BIDDAU



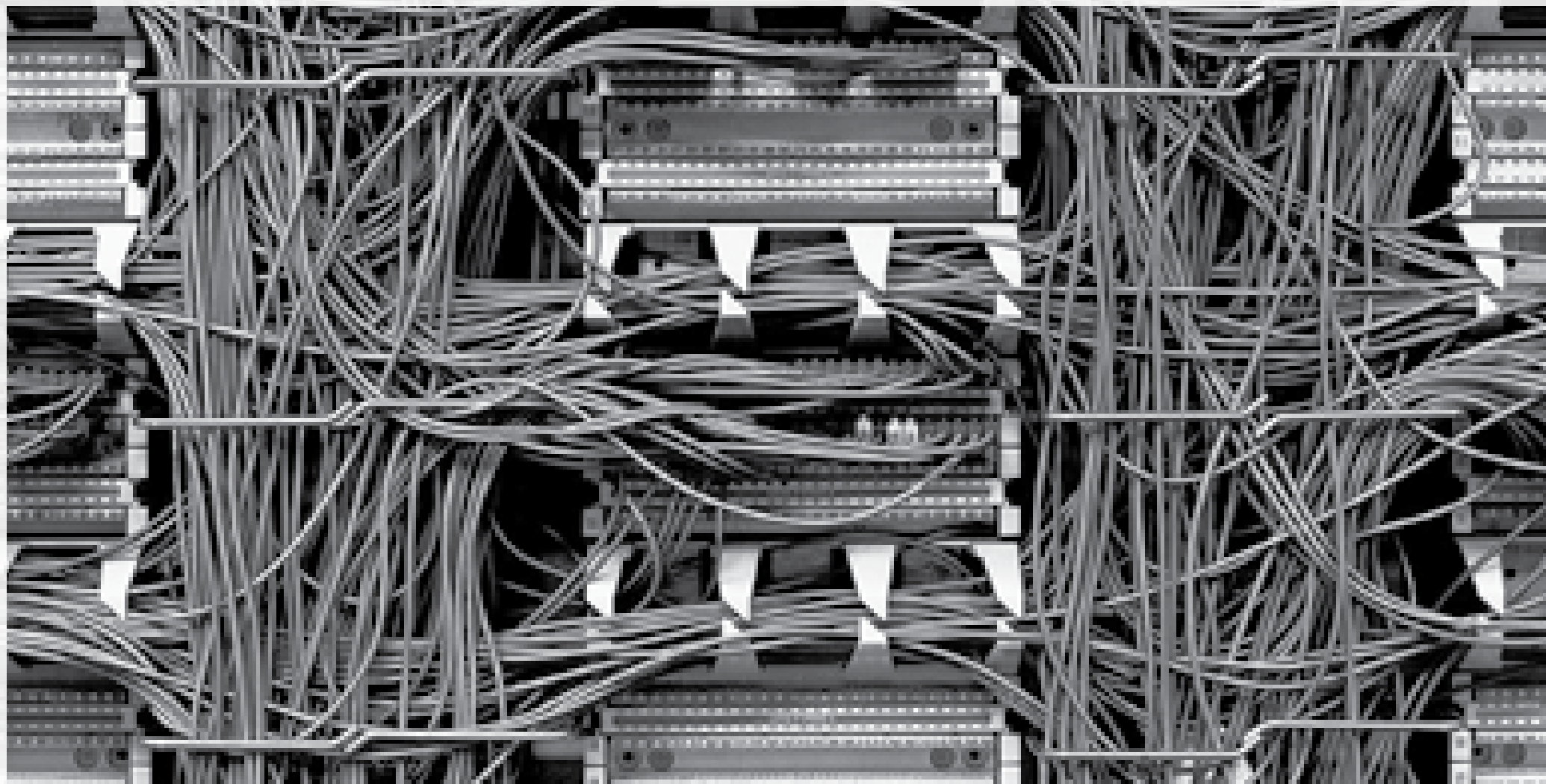
## LA STRUTTURA OPERATIVA E IL SISTEMA ASSOLOMBARDA

Per la propria attività, Assolombarda può contare sull'impegno e la competenza di 185 persone. Inoltre, si avvale di un insieme di enti e organizzazioni collegate – il "Sistema Assolombarda" – che integrano l'offerta complessiva dell'Associazione, sul piano dei servizi e della promozione della cultura d'impresa:

- Assoservizi SpA che offre servizi operativi in materia di outsourcing dei processi amministrativi ed elaborazione paghe, archiviazione documentale, formazione specialistica e finanziata, editoria, sicurezza e ambiente, informazioni commerciali e locazione di spazi e servizi congressuali;
- Assocaaf SpA che fornisce assistenza fiscale alle imprese e ai loro dipendenti;
- Alintec Scarl che offre consulenza alle aziende e promuove alleanze tra imprese, università e Pubblica Amministrazione nel campo dell'innovazione tecnologica;
- ACF SpA che presta consulenza e assistenza alle PMI in tema di finanza aziendale;
- Confidi Province Lombarde che facilita l'accesso delle PMI al sistema creditizio con la prestazione di garanzie;
- i Desk Paese, che assistono le aziende che si vogliono affacciare sui mercati canadese, cinese, giapponese, kazako e russo;
- il Consorzio Assoutility che offre alle imprese clienti opportunità di risparmio sull'acquisto di energia elettrica e gas;
- il Consorzio Qualità che supporta le PMI nel miglioramento continuo della qualità e nella ricerca dell'eccellenza;
- l'Associazione Museimpresa che promuove la cultura d'impresa valorizzando gli archivi e i musei aziendali;
- la Fondazione Sodalitas che promuove la responsabilità sociale d'impresa e lo sviluppo manageriale del nonprofit.

In particolare, nel 2008 Assoservizi SpA ha proseguito con decisione il percorso di miglioramento avviato negli ultimi anni, potenziando la gamma dei servizi offerti e migliorandone la qualità, sviluppando un approccio proattivo nei confronti dei clienti e puntando su una sempre maggiore personalizzazione delle soluzioni offerte. Un percorso che ha permesso alla Società di raggiungere risultati economici significativi, come dimostra l'utile di oltre 442.000 euro, superiore di quasi otto volte a quello dell'esercizio 2007.

**GRUPPO TELECOM ITALIA:  
SISTEMA DISTRIBUZIONE  
CAVI TELEFONICI IN CENTRALE**





## PROMUOVERE LA COMPETITIVITÀ DELLE IMPRESE

Assolombarda offre alle imprese associate un'ampia gamma di servizi specialistici che contribuiscono al loro sviluppo, oltre alla possibilità di usufruire di servizi e prodotti a condizioni vantaggiose attraverso 65 convenzioni con società fornitrici esterne.

Nel 2008 hanno utilizzato i servizi oltre 4.250 imprese, cioè più del 75% delle aventi diritto, attivando oltre 100.000 contatti: in media, più di 450 al giorno.

Le imprese associate utilizzano i servizi in misura crescente attraverso il sito Internet e le newsletter di posta elettronica dell'Associazione. Nel 2008, le visite al sito sono state circa 1.200.000 e, al 31 dicembre:

- gli utenti registrati ai contenuti riservati del sito erano 13.308;
- le aziende registrate, 5.096;
- le aziende con più utenti registrati, 2.568;
- gli abbonati alle 22 newsletter tematiche di posta elettronica, 27.132;
- gli utenti abbonati alla newsletter Assolombarda Informa, 3.554.

Assolombarda propone alle imprese incontri informativi, seminari, workshop, convegni e corsi di formazione. La maggior parte riguarda gli aspetti strategici e gestionali della vita aziendale, e si rivolge soprattutto alle imprese associate. Ma molti appuntamenti rappresentano anche occasioni di dialogo e di confronto con gli interlocutori esterni dell'Associazione.

Nel 2008, complessivamente, Assolombarda ha organizzato più di 300 eventi che hanno registrato la presenza di oltre 25.000 persone. Altri 98 appuntamenti hanno coinvolto più di 6.500 partecipanti nel 1° trimestre 2009.

**MEDIASET:  
CENTRO EMISSIONE TV MILANO-SEGRATE.  
VIDEOTECA AUTOMATIZZATA**



FOTO: NICCOLÒ BIDDAU



## PROMUOVERE LA CONOSCENZA DELLE IMPRESE, DEL TERRITORIO, DELL'ECONOMIA

Assolombarda produce dati e informazioni volti a supportare la competitività delle imprese associate e del sistema economico e produttivo: osservatori, indagini periodiche, rapporti, guide informative, ricerche e quaderni sui settori produttivi e sui temi del lavoro, delle infrastrutture, della competitività, del sistema normativo, dei bisogni delle imprese e altro ancora.

Nel 2008 l'Associazione ha realizzato circa 30 pubblicazioni, ha diffuso un'indagine mensile e 4 trimestrali, sia in italiano sia in inglese, e ha proseguito la pubblicazione della collana delle "Dispense Assolombarda": un prodotto editoriale che completa i servizi di informazione e assistenza offerti agli associati con contributi e strumenti dedicati ai diversi ambiti della vita e della cultura aziendale.

Tra le ricerche realizzate, vale la pena di ricordare "Così l'impresa muove e vince", finalizzata ad analizzare il modo in cui le aziende riescono ad agire e a reagire alle sollecitazioni dei mercati, affermandosi con successo in uno scenario competitivo in continua trasformazione.

**GRUPPO BAYER ITALIA:  
INTERNO DELL'IMPIANTO  
DI FILMATURA COMPRESSE**



*FOTO: NICCOLÒ BIDDAU*

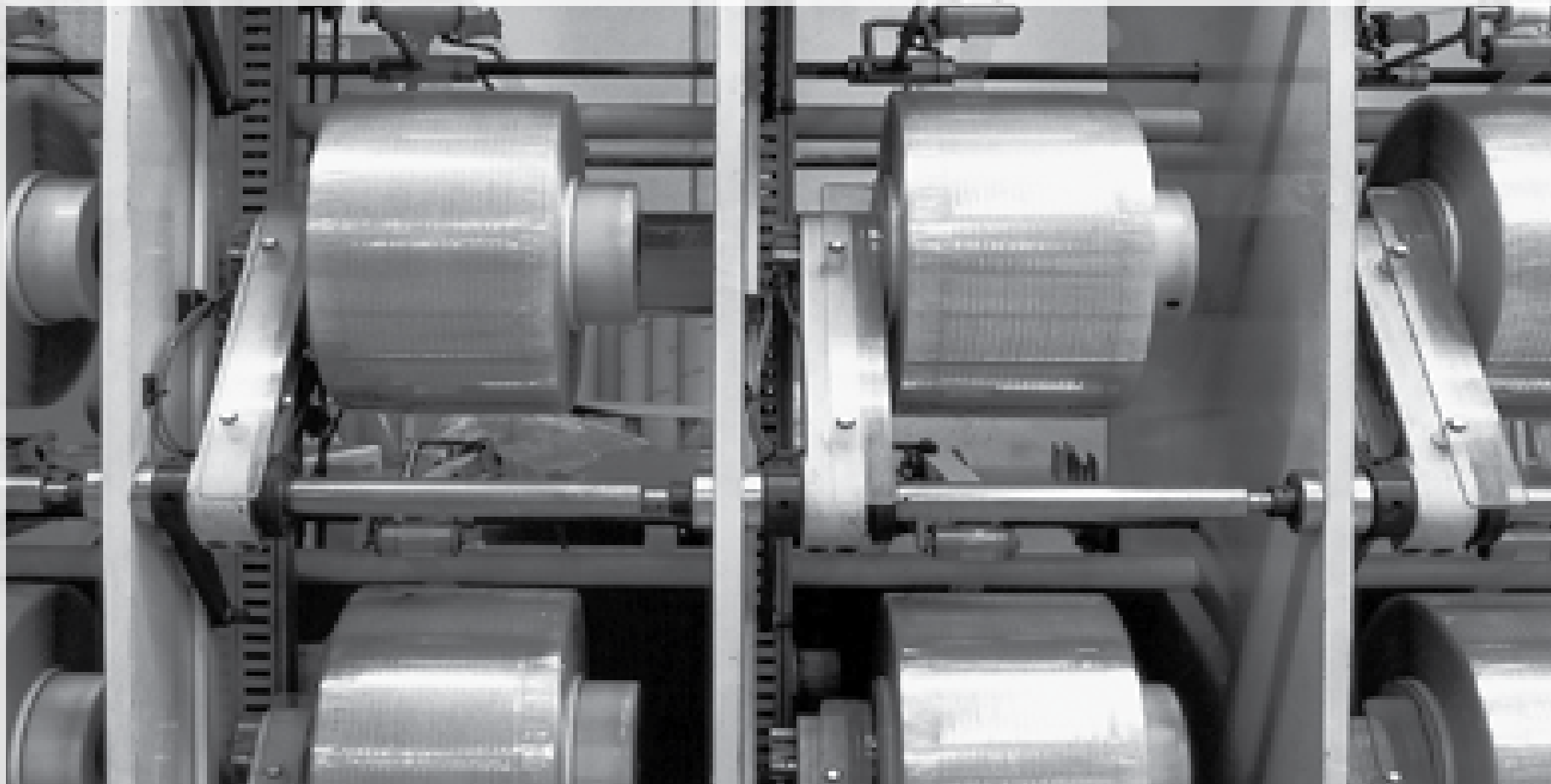


## CULTURA D'IMPRESA E RELAZIONI CON GLI STAKEHOLDER ESTERNI

Assolombarda rappresenta gli interessi delle imprese e diffonde la cultura imprenditoriale e i valori – imprenditorialità, mercato, democrazia, libertà, competizione, collaborazione e consenso – sui quali si basano un ambiente sociale e un ordinamento giuridico favorevoli all'impresa e al processo di sviluppo economico e di crescita civile del Paese.

Questa azione si esprime, oltre che attraverso gli eventi che l'Associazione organizza, attraverso gli incontri con gli interlocutori istituzionali, la relazione con i media, la realizzazione di iniziative e progetti in partnership con altri soggetti, e gli incarichi e le rappresentanze presso soggetti esterni.

Complessivamente, gli incarichi e le rappresentanze di Assolombarda presso soggetti esterni, pubblici e privati, sono 505 al 31 marzo 2009. Riguardano le istituzioni e le Pubbliche Amministrazioni a livello nazionale, regionale e locale, gli organismi bilaterali, il sistema dell'education, il mondo accademico, il sistema della ricerca, i gestori di servizi pubblici e tanti altri soggetti attivi sul territorio e nel Paese in ambiti "influenti" rispetto alla vita e alla gestione delle imprese: economia, lavoro, sicurezza, ambiente, finanza, internazionalizzazione, infrastrutture e mobilità, qualità, cultura...







## LE RELAZIONI CON LE ISTITUZIONI E I SOGGETTI PUBBLICI

Attraverso la relazione con gli interlocutori istituzionali, l'Associazione fa conoscere il proprio posizionamento e promuove proposte di indirizzo e forme di collaborazione su problematiche di interesse delle imprese e del territorio.

Nel 2008, Assolombarda ha incontrato:

- 8 rappresentanti di istituzioni e altre autorità sovranazionali;
- 68 soggetti istituzionali, politici e imprenditoriali internazionali;
- 44 rappresentanti di autorità nazionali e di istituzioni ed enti di livello nazionale;
- 229 autorità locali e rappresentanti di istituzioni ed enti sul territorio.

Inoltre, vale la pena di sottolineare – per la sua strategicità – la relazione privilegiata con la Camera di Commercio di Milano, di cui Assolombarda esprime la Vice Presidenza. Oltre che nella presenza di Assolombarda negli organi camerali, nelle aziende e nei comitati, commissioni e osservatori – con 65 rappresentanti in totale al 31 dicembre 2008 – questa relazione si traduce anche in una significativa progettazione e realizzazione di iniziative comuni: ad esempio, la Mobility Conference e il progetto Milano sostenibile.

**BRACCO:  
BATTERIA DI MODULI DI NANOFILTRAZIONE  
A MEMBRANA POROSA INTERNA**



## L'AZIONE SUL TERRITORIO

Per la sua connotazione territoriale, l'Associazione è particolarmente attenta all'ambito locale nelle sue diverse componenti e promuove lo sviluppo delle variabili che ne determinano la competitività, attraverso il dialogo e la collaborazione con gli stakeholder attivi nell'area milanese e la promozione di politiche che consentano uno sviluppo equilibrato dei fattori economici, sociali, territoriali e ambientali.

L'azione dell'Associazione sul territorio si esprime soprattutto attraverso:

- partnership e collaborazioni con le Amministrazioni comunali, finalizzate ad affrontare efficacemente le problematiche connesse alle attività produttive e allo sviluppo di nuove aree industriali;
- il monitoraggio attivo delle politiche e della legislazione regionale sul governo del territorio e sulla semplificazione, e quello degli strumenti di pianificazione territoriale e urbanistica provinciale e comunale, con un'attenzione particolare, nel 2008, all'iter di redazione del Piano di Governo del Territorio di Milano;
- la collaborazione con gli Sportelli Unici per le Attività Produttive e con le Agenzie di sviluppo presenti sul territorio.

Inoltre, nel 2008 Assolombarda ha costituito la Zona Monza e Brianza, che coincide territorialmente con il perimetro della provincia omonima, nell'ambito della propria Organizzazione zonale. Attraverso la nuova Zona, l'Associazione si pone come soggetto attivo e propositivo nei confronti dei diversi interlocutori pubblici e privati attivi a livello territoriale, consolidando le collaborazioni avviate con i Comuni della zona, facilitando il dialogo tra le imprese e le nuove istituzioni locali, a partire dalla Camera di Commercio, e collaborando con le Agenzie di sviluppo locale per favorire lo sviluppo del tessuto produttivo.

**FIERA MILANO:  
PARTICOLARE DELLA COPERTURA DEL NUOVO  
QUARTIERE DI 345.000 MQ ESPOSITIVI LORDI**



FOTO: NICCOLÒ BIDDAU



## LE RELAZIONI CON L'OPINIONE PUBBLICA E L'USO DEI NUOVI MEDIA

La complessità dello scenario in cui opera l'Associazione le richiede di potenziare continuamente l'attività di comunicazione per migliorare la propria capacità di rappresentanza di interessi, di influenza e di lobby, ma anche di promozione della partecipazione delle imprese associate e di attrazione di nuovi soci.

Anche nel 2008, quindi, Assolombarda ha puntato su uno scambio corretto e trasparente tra il sistema dei media e il sistema delle imprese milanesi, raggiungendo un totale di oltre 1.000 presenze su testate giornalistiche ed emittenti radio-televisive.

Inoltre, l'Associazione ha promosso incontri con i direttori e i responsabili dell'economia e delle pagine milanesi delle principali testate giornalistiche e televisive, e ha coinvolto opinion leader del mondo dei media in numerosi eventi, in veste di moderatori.

Infine, nel 2008 Assolombarda ha lanciato un canale video su Youtube, sia per moltiplicare gli strumenti della comunicazione associativa a favore dei suoi pubblici tradizionali, sia per avvicinare alla cultura d'impresa nuovi target, a partire dai giovani, raggiungendoli sul loro terreno.





Questo documento è allegato alla "Relazione del Direttore generale sull'attività dell'Associazione nel 2008",  
disponibile on line: [www.assolombarda.it/relazioneattivita2008](http://www.assolombarda.it/relazioneattivita2008).



ASSOLOMBARDA

ASSEMBLEA GENERALE 15 GIUGNO 2009



ASSOLOMBARDA

Via Pantano 9 - 20122  
Telefono 0258370.420/448  
com@assolombarda.it

[www.assolombarda.it](http://www.assolombarda.it)