

Intervista a **Gabriella Marchioni Bocca**, presidente di **Assomac**

Condivisione e leadership tecnologica

È la prima presidente donna di Assomac, l'associazione dei costruttori di tecnologia per calzature, pelletteria e pellami, ma "...donna o uomo non fa differenza. Il bello di essere presidente è che ci puoi mettere del tuo, puoi personalizzare... Ma questo vale sia per l'uomo che per la donna." Gabriella Marchioni Bocca, nominata alla presidenza di Assomac nel giugno scorso, così continua: "E' invece importante avere buone idee e una buona base associativa con cui condividerle e portarle avanti. Lo staff Assomac, sotto la guida di Amilcare Baccini, è eccezionale".

La neo presidente ci ha illustrato la sua linea programmatica.

Quali sono le direttrici della nuova presidenza?

Innanzitutto intendiamo procedere nell'ottica di una continuità con la presidenza precedente, introducendo una dose di innovazione anche in rapporto al veloce cambiamento di tempistiche, esigenze del mercato, reattività. Molte attività nate sotto la presidenza di Giovanni Bagini sono confermate, altre saranno innovate, altre nuove verranno implementate in base alle necessità dei nostri associati. L'innovazione si focalizzerà sullo sviluppo tecnologico visto l'importante ruolo che le macchine italiane ricoprono nella filiera mondiale. Poi c'è l'impegno di fare di Assomac la "casa degli associati", ovvero di essere un punto di riferimento, sollecitando maggiore condivisione, avviando confronti con gli associati per rispondere al meglio alle loro esigenze.

Avete già implementato qualcosa in merito?

Ci siamo riuniti con i consiglieri e messo a punto il programma del biennio. Sono emerse delle necessità in ambito tecnologico, nella comunicazione sia interna che esterna e in ambito formativo. L'obiettivo è di diventare sempre più leader nel modo di affrontare le esigenze e i cambiamenti, che sono in atto o che verranno, e di approfondire e migliorare le nostre conoscenze.

Tutto ciò anche in funzione di giovani leve che possono affacciarsi nel settore?

Abbiamo proprio un progetto dedicato. Tutte le nostre aziende possono andare avanti solo se i giovani sono preparati, facendo conoscere i nostri plus spendibili nella competizione sul mercato internazionale.

Non solo un'attenzione al passaggio generazionale nelle aziende, ma anche un impegno a coinvolgere competenze ed esperienze dal fuori...

Il passaggio generazionale è avvenuto o sta avvenendo. I giovani sono il futuro, dunque vogliamo puntare sulla loro crescita, sia nel mondo associativo sia nelle aziende, affinché possano essere davvero portatori di innovazione, facendo comunque tesoro delle esperienze maturate.

Aumenteranno quindi i momenti di confronto e incontro?

Il concetto è che Assomac può esistere se i suoi associati ci credono. Tutti noi, consiglio e presidenza, dobbiamo finalizzare il nostro operato alla piena soddisfazione degli associati. Ma, finché non ci confrontiamo con la base, non possiamo capire se le nostre proposte sono valide, apprezzabili ed apprezzate. Ecco perché abbiamo organizzato un consiglio direttivo aperto.

È la prima volta che fate un consiglio direttivo aperto?

Sì, abbiamo presentato le proposte del consiglio direttivo residenziale di ottobre per valutare se i programmi sono condivisi anche dalla base. Avendo delle attività onerose in termini di tempo, struttura e investimento dobbiamo avere l'aiuto degli associati con una comunicazione corale, per essere leader nel portare avanti le istanze di Assomac e di tutte le aziende. L'associazione ha le chiavi per aprire le porte e le aziende devono avere le competenze indispensabili per andare avanti.

Il 2014 è stato un anno dinamico: quali sono le previsioni per i settori che Assomac rappresenta?

Lo scorso anno si è caratterizzato per dinamismo e positività: le nostre aziende hanno messo a bilancio numeri decisamente interessanti, con una media del +8%, in particolare +12/13% per le macchine per pelletteria fino ad arrivare al +20% per le macchine per conceria. Ancora non ci sono numeri certi per il 2015, ma si parla di un mantenimento rispetto all'anno scorso. Ci sono stati mercati importanti che hanno segnato il passo, come Russia e Brasile...però gli umori di tutti i nostri associati sono ancora positivi. Definirei l'andamento a macchia di leopardo sia in Italia che all'estero, comparti dove è ripartita di più l'Italia e altri che sono trainati dall'export. Se si confermassero i dati dell'anno scorso, potremmo continuare a parlare di un bilancio soddisfacente, considerando che il 2014 è stato un ottimo anno.

Un 2015 che potrebbe rilevare degli incrementi sempre positivi, nonostante quei mercati bloccati da motivi che vanno oltre la validità del made in Italy tecnologico.

Infatti! Per esempio, i problemi ambientali di Pechino e dell'India, non dipendono certo da noi. E saranno sempre di più i Paesi che dovranno fare i conti con l'ambiente e la sua salvaguardia. Per i nostri settori, oltre agli aspetti congiunturali, si tratterà di intercettare i mercati disponibili e in grado di capire le innovazioni che proponiamo: sono tante e riguardano non solo il prodotto e il processo, ma anche l'ambito ambientale, il risparmio energetico, le emissioni in atmosfera, le acque e tanto altro. Fattori esterni all'azienda che però diventano strategie.

Simac-Tanning Tech, seconda edizione milanese, è alle porte: che cosa c'è di nuovo?

La scorsa manifestazione è stata molto soddisfacente, con ottimo afflusso di operatori oltre alle

varie delegazioni, con un forte interesse per l'innovativa piazza e per le proposte tecnologiche esposte. Sicuramente quest'anno ci saranno altrettante novità sia "istituzionali" sia da parte delle aziende. A livello di metri prenotati i numeri sono simili a quelli dello scorso anno. La fiera si è consolidata in quanto evento leader nel settore e c'è un grandissimo interesse ad investire per esporre. Ci saranno circa 30 delegazioni provenienti anche da Paesi che oggi non sono facilmente accessibili e da altri che ho già visitato come presidente Assomac, per esempio Iran, Centro e America Latina, Africa e Medio Oriente. Molti operatori e Paesi stranieri hanno capito il valore aggiunto che ha la nostra tecnologia rispetto a quella dei competitors e l'eccellenza che rappresentiamo.

Qual è l'impegno di Assomac nel sostenere i rapporti con le altre Associazioni della filiera?

Abbiamo avviato dei contatti con alcune associazioni. Il mio sogno, da qui a due anni, è quello di riuscire a fare un evento tutti insieme: quando riusciremo a creare un blocco di sistema, saremo in grado di far capire al mondo cosa e chi siamo: primi, dalla tecnologia fino al prodotto finito!

A febbraio Assomac ha organizzato un meeting per la valorizzazione dei distretti e per la creazione di centri servizi dedicati. Ci sono progetti in questo senso?

Certo, ho appena firmato due protocolli di intesa in Iran, uno dei quali chiede proprio centri di servizi. Stiamo discutendo sull'argomento in altre parti del mondo come Colombia e Cuba. Sono progetti di fondamentale importanza perché ci permettono di mostrare e spiegare ciò che facciamo a livello tecnologico. In questo momento l'Italia si sta presentando a livello di sistema Paese e noi dobbiamo sfruttare le opportunità che ci vengono offerte dalle istituzioni italiane. ■

Chi è Gabriella Marchioni Bocca

Torinese di adozione, dopo aver frequentato i mercati mondiali in qualità di direttore commerciale dell'azienda metalmeccanica di famiglia, la Lamebo Srl, Gabriella Marchioni Bocca nel 1995 ne ha assunto la carica come amministratore delegato. E' giunta alla presidenza di Assomac dopo aver ricoperto per quattro anni l'incarico di vice presidente e dopo un'esperienza a capo della Commissione comunicazione, fiere, marketing e servizi associativi. Ha ricoperto e ricopre attualmente diversi ruoli di rilievo in associazioni e realtà confederali, quali Piccola Industria, Unione Industriale, Consiglio e Giunta della Camera di Commercio di Torino, oltre ad aver fatto parte delle Commissioni tecniche di Confindustria a Roma. La sua comprovata esperienza in ambito confindustriale le ha consentito di tracciare le linee programmatiche del prossimo biennio, in continuità con la presidenza precedente ma anche con l'impegno ad individuare strategie innovative e condividere la progettualità con tutti gli associati. ■