

# ORGANIZZAZIONE E RAPPORTI ASSOCIATIVI

---

**Vice Presidente  
Angelo Camilli**

Programma di attività Gruppo tecnico  
primo biennio 2017-2018

# INDICE

---

**1) CHI SIAMO**

**2) LA GOVERNANCE**

**3) IL MODELLO ORGANIZZATIVO: SISTEMA DI RELAZIONI E DI RESPONSABILITA'**

**4) MOMENTI DI COESIONE E CONDIVISIONE ASSOCIATIVA**

**5) FIDELIZZAZIONE E SVILUPPO DELLE AZIENDE**

***ALLEGATI***

# CHI SIAMO – I NUMERI

---

La più grande Associazione imprenditoriale del Sistema Confindustria per estensione territoriale e la seconda per numero di Soci

- 3.200 Aziende aderenti per 220.000 dipendenti;
- 85% Piccole e Medie e il 15% Grandi Imprese;
- 65% settore dei Servizi e 35% settore Industria;
- 24 Sezioni di categoria rappresentative di circa 50 settori merceologici;
- un network di oltre 6000 imprenditori e manager;
- 120 dipendenti;
- 8 sedi operative sul territorio.

# CHI SIAMO PER GLI STAKEHOLDER DEL TERRITORIO

---

In un contesto generale di crisi dei «corpi intermedi», Unindustria ha visto aumentare:

- il proprio peso specifico **nella rappresentanza, nelle relazioni e nell'interlocuzione** con le istituzioni regionali, provinciali e locali, divenendo punto di riferimento per i principali stakeholder del territorio;
- la propria capacità di proposta progettuale diretta a disegnare una nuova politica industriale per favorire lo sviluppo e la competitività delle imprese;
- il proprio ruolo di soggetto «ponte» tra il sistema imprenditoriale e il mondo istituzionale facendosi interprete e portavoce delle istanze della base associati.

# CHI SIAMO PER IL SISTEMA

Siamo diventati un nuovo modello di riferimento per tutto il Sistema.



Siamo tra i fondatori della «**Rete delle Associazioni Industriali delle 10 Città Metropolitane**», costituita nel 2010, per rendere possibile un'attività di confronto ed analisi sul valore delle aree metropolitane per le prospettive di sviluppo del sistema industriale e per la competitività del Paese nel suo complesso.



Nel 2014 abbiamo concluso il processo di riorganizzazione in linea con la Riforma del Sistema Confindustria. Siamo diventati così la più grande Associazione imprenditoriale per estensione territoriale.



Esprimiamo, per il quadriennio 2016-2020 nella Squadra di Presidenza di Confindustria, il Vice Presidente con Delega alle Relazioni Industriali.

Siamo presenti con nostri rappresentanti in circa la metà dei Gruppi tecnici confederali.



# LA GOVERNANCE – i nostri principi

---

## Semplificazione



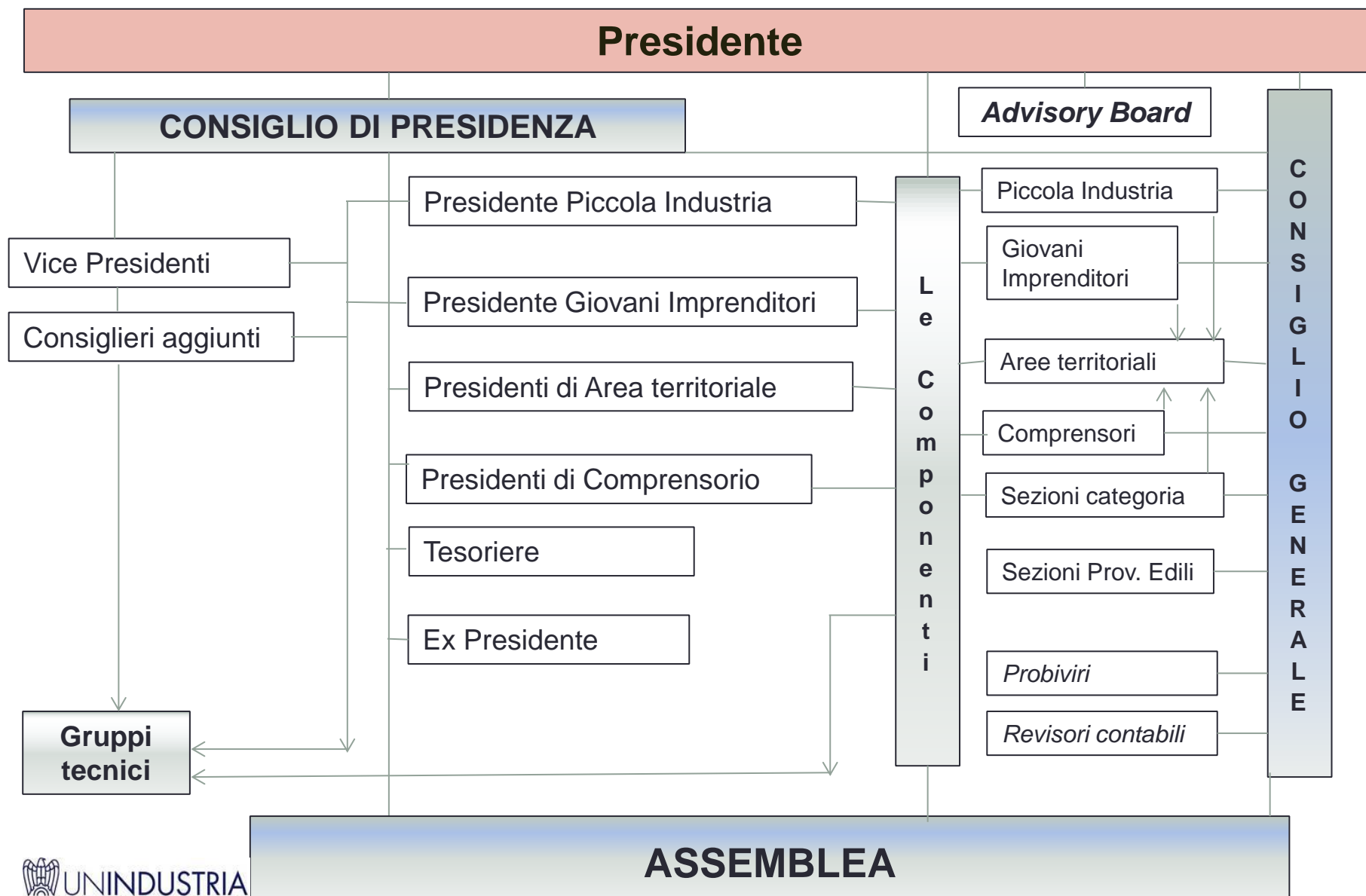
- Riduzione dei passaggi deliberativi e focalizzazione sulle competenze
- 3 Organi decisionali: Assemblea, Consiglio Generale, Consiglio di Presidenza
- Corpo normativo in continuo monitoraggio finalizzato a fornire più applicazioni operative e a limitare le conflittualità

## Rappresentanza interna



- Garanzia di partecipazione e coinvolgimento delle Componenti:
- Comitato Piccola Industria
  - Gruppo Giovani Imprenditori
  - Aree territoriali/Comprensori
  - Sezioni di categoria

# LA GOVERNANCE – il nostro Statuto



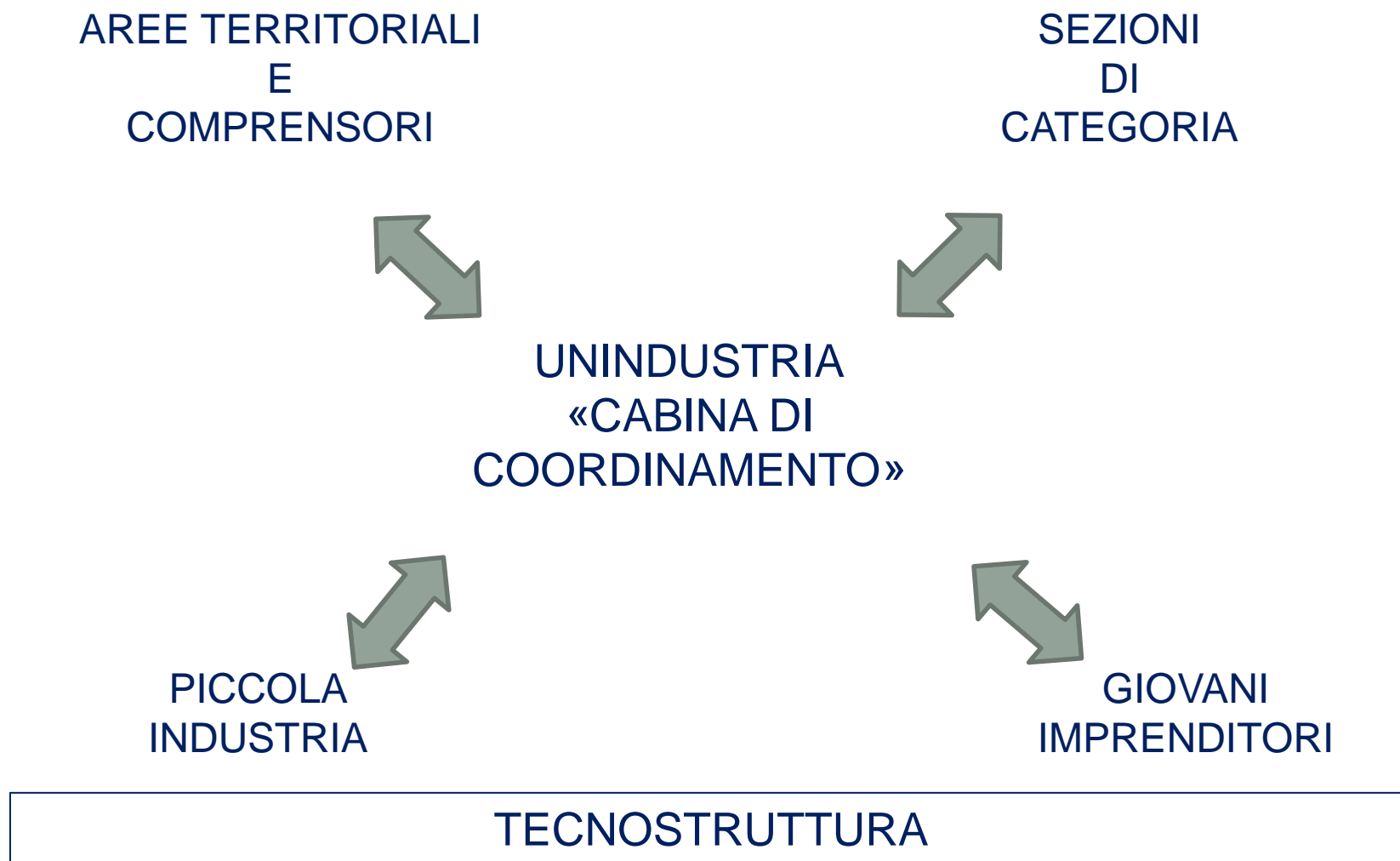
# LA GOVERNANCE – la nostra organizzazione

---

- Unindustria è una Associazione di territorio di perimetro regionale con un forte assetto capillare.
- L'organizzazione territoriale dell'Associazione ha come obiettivo principale **assicurare la partecipazione e l'animazione degli associati** attraverso un unico sistema di rappresentanza in grado di farsi portavoce degli interessi delle proprie aziende anche attraverso l'erogazione di servizi *ad hoc*.
- Le Aree territoriali assicurano l'interlocuzione istituzionale di ambito provinciale.
- I Comprensori hanno la funzione di valorizzare porzioni del territorio con caratteristiche particolari in termini di omogeneità, produzione, potenzialità e vocazione.



# IL MODELLO ORGANIZZATIVO



# IL MODELLO ORGANIZZATIVO: la Cabina di Coordinamento

---

La «Cabina di Coordinamento» si identifica nel **Consiglio di Presidenza**, organo collegiale ristretto con funzioni di conduzione politico-organizzativa, che definisce ed attua le linee strategiche.

In quanto **Cabina di Coordinamento** deve:

- essere fortemente coesa nel perseguire l'obiettivo comune di rispettare e realizzare il programma presidenziale declinandolo, per ogni delega, con progettualità specifiche;
- garantire il raccordo e la collaborazione tra le deleghe di attuazione del Programma di Presidenza e le progettualità espresse dai territori e dalle Sezioni, rappresentativi delle esigenze e delle istanze della base degli associati (*a tale riguardo, viene avviata, sin dalla fase iniziale, una rilevazione dei progetti territoriali con il diretto coinvolgimento dei Presidenti delle Aree territoriali e dei Comprensori*)\*;
- individuare progettualità «trasversali» con forte valenza aggregativa che favoriscano occasioni di scambio e che facilitino le interconnessioni tra i diversi livelli (Deleghe, Componenti territoriali e settoriali).

\* *vedi appendice al programma*

# IL MODELLO ORGANIZZATIVO: le Aree territoriali e i Comprensori

---

La circoscrizione territoriale di perimetro regionale dell'Associazione è suddivisa in **Aree territoriali**. Queste costituiscono gli **snodi strategici della organizzazione territoriale** dove trovano integrazione, coordinamento e raccordo le diverse istanze espresse dalle altre Componenti Piccola Industria, Giovani Imprenditori, Sezioni di categoria e Comprensori. Esse esercitano la rappresentanza delle imprese assegnate ai loro rispettivi territori.

Sono Organi di ciascuna Area territoriale:

- ✓ la Consulta delle imprese;
- ✓ il Comitato territoriale;
- ✓ il Presidente.

I **Comprensori** sono particolari ripartizioni territoriali, il cui perimetro geografico e il cui ambito d'azione sono identificati, in base al concorso di più elementi (assetto industriale e presenza di stakeholder, concentrazione degli insediamenti produttivi, articolazione merceologica, prospettive di crescita economica e di sviluppo associativo). I Comprensori sono tre: Aprilia, Cassino, Civitavecchia.

# IL MODELLO ORGANIZZATIVO: la Piccola Industria e i Giovani Imprenditori

---

La **Piccola Industria** e i **Giovani Imprenditori** si esprimono attraverso una organizzazione che riflette quella dell'Associazione. Entrambi rispondono ad un criterio organizzativo trasversale che supera quindi le logiche settoriali in cui operano le imprese.

Il **Comitato Piccola Industria** ha lo scopo di tutelare le PMI, come definite dal parametro europeo, quale espressione particolare dei valori del mercato e della concorrenza, promuovendone la loro vocazione alla crescita.

Il **Gruppo Giovani Imprenditori** è un movimento di persone costituito con lo scopo principale di formare la nuova classe imprenditoriale. Rappresenta una componente attiva della società, impegnata nella diffusione della cultura di impresa, dei valori dell'etica, del rischio, della responsabilità e del merito. Il Gruppo agisce quale fattore di cambiamento nella vita associativa e nelle relazioni tra impresa e società civile, attraverso progetti ed iniziative esterne e momenti di riflessione interna.

# IL MODELLO ORGANIZZATIVO: le Sezioni

---

Le **Sezioni di categoria** esprimono **un terzo** dei componenti il Consiglio Generale dell'Associazione.

Hanno l'obiettivo di:

- assicurare il tramite necessario per la **partecipazione** delle imprese alla vita dell'Associazione, fungendo così da snodo organizzativo e di relazione con la base associativa per le problematiche settoriali e curando la trattazione dei problemi di interesse specifico;
- rappresentare gli **interessi** della singola Sezione, in armonia con le linee di indirizzo dell'Associazione, eventualmente anche d'intesa con le Organizzazioni confederali di rappresentanza di settore, presso gli Organismi istituzionali locali;
- ascoltare e sintetizzare i **fabbisogni specifici** della base elaborando proposte progettuali proprie da raccordare sempre, in una logica di coordinamento, con il sistema delle deleghe, massima espressione della capacità di rappresentanza di Unindustria;
- contribuire al consolidamento e allo sviluppo della **base associativa**.

# IL SISTEMA DELLE RELAZIONI E DELLE RESPONSABILITA' – la Responsabilità «comune»

---

Unindustria è un'unica Associazione territoriale a perimetro regionale dove i «presidi» locali rispondono agli obiettivi di:

- essere vicini alle imprese come punto di riferimento rispetto ad una mera logica di prossimità (*è dimostrato infatti che il livello di partecipazione diminuisce con l'aumentare dei chilometri tra la sede associativa e quella aziendale*);
- garantire la capacità di rappresentanza con le Istituzioni del territorio.

Tutti coloro che ricoprono una carica associativa hanno la **responsabilità «comune»** di partecipare in maniera proattiva alla vita dell'Associazione facendosi portavoce verso le aziende associate per stimolare il loro senso di appartenenza. Debbono essere promotori - anche attraverso la creazione di una «**Carta dei Valori**» - del ruolo che l'Associazione svolge per salvaguardare gli interessi delle aziende associate rafforzando, nei confronti delle stesse, il principio di **Unindustria come un'Unica Associazione** con diverse sedi da poter frequentare liberamente in funzione di specifici interessi e iniziative.

# IL SISTEMA DELLE RELAZIONI E DELLE RESPONSABILITA' – la Responsabilità «centrale»

---

La **Cabina di Coordinamento**, attraverso i Delegati del Presidente, deve:

- farsi parte attiva nel facilitare le relazioni con le diverse Componenti sia territoriali che settoriali dell'Associazione, anche attraverso attività di ascolto diretto;
- farsi parte proponente di iniziative aggregative anche mettendo in collegamento le varie deleghe;
- individuare le priorità e le relative progettualità sulle tematiche di interesse, con il coinvolgimento anche delle Componenti territoriali e settoriali, grazie al modello «**bottom up**» dell'Associazione.

I Delegati del Presidente, attraverso una forte **interrelazione** tra le diverse deleghe, sono **responsabili**, nei confronti dell'intera Associazione, del **ruolo** e della **missione** loro affidata.

# IL SISTEMA DELLE RELAZIONI E DELLE RESPONSABILITA' – la Responsabilità «capillare»

---

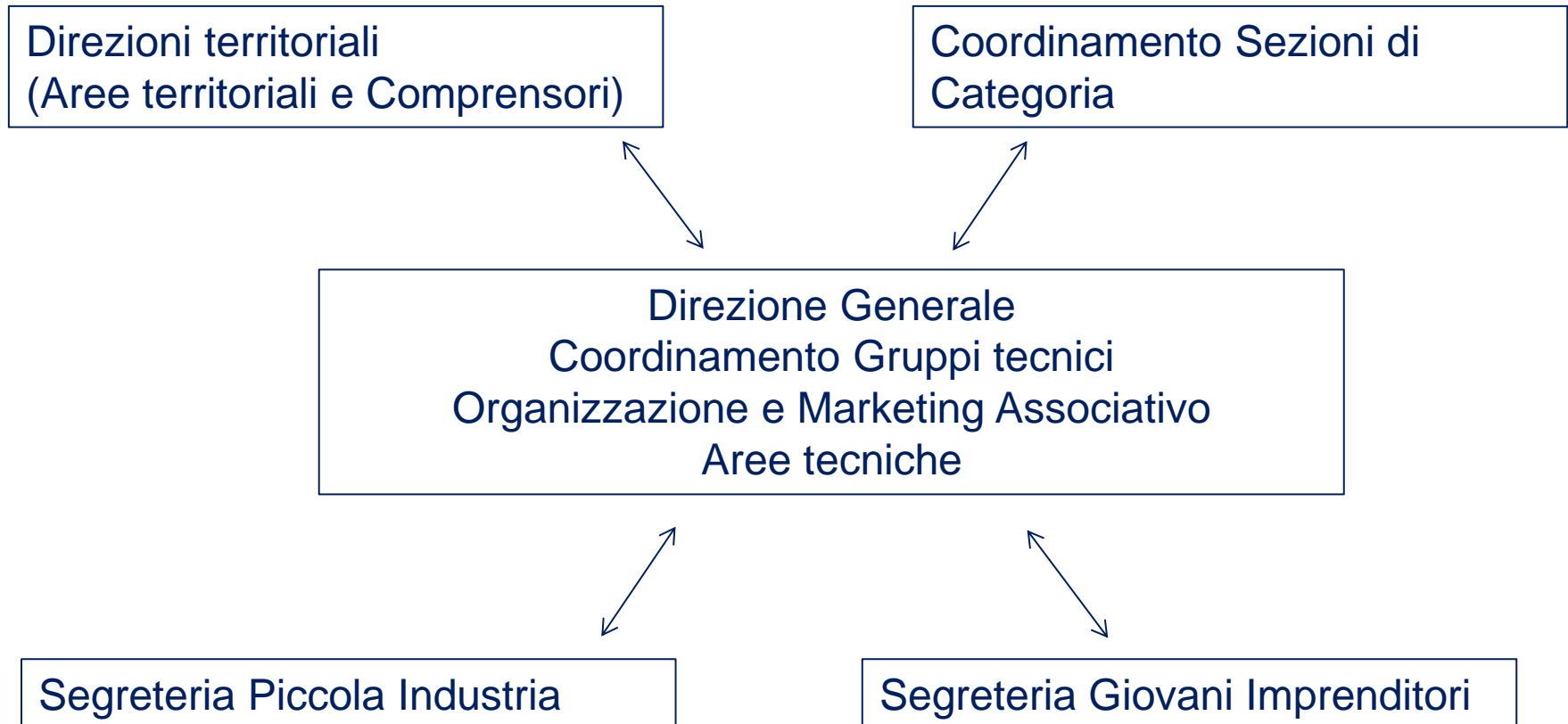
Il modello organizzativo a matrice deve garantire un sistema di relazioni semplificato e trasparente tra le diverse Componenti, in cui i ruoli e le responsabilità di ciascuno siano ben definite e assegnate.

Le singole Componenti associative (territoriali, settoriali, GI, PI) devono:

- essere l'interfaccia necessaria e responsabile delle istanze raccolte a livello territoriale dalle imprese e dagli imprenditori attraverso un'attività di ascolto diretta e costante;
- individuare progettualità al loro interno rispetto alle quali sono responsabili del raccordo con il Delegato/i competente o con le altre Componenti associative;
- collaborare tra loro nella realizzazione di progetti inter-settoriali e inter-territoriali;
- favorire il «senso di appartenenza» della base associati incentivando la partecipazione della stessa alla vita associativa.



# LA TECNOSTRUTTURA A SUPPORTO DEL MODELLO ORGANIZZATIVO



# LA TECNOSTRUTTURA A SUPPORTO DEL MODELLO ORGANIZZATIVO

---

- È composta da una squadra di circa 120 professionisti che opera esclusivamente nell'interesse regionale di un'unica grande Associazione e che quindi è responsabile, sia a livello centrale che a livello capillare, dell'attività associativa nel suo complesso e dell'erogazione dei servizi.
- Garantisce, nel modello organizzativo, una corrispondenza con i ruoli politici nei vari livelli della governance.
- Supporta il raggiungimento dei risultati dando continuità all'azione politica.
- Valorizza le competenze interne – anche attraverso percorsi formativi - per una maggiore specializzazione.
- Svolge attività di ascolto diretto delle imprese avendo cura di tracciare proprie attività e contatti sul sistema gestionale «Rete 2000», con lo scopo di alimentare un patrimonio conoscitivo comune.

# LA TECNOSTRUTTURA A SUPPORTO DEL MODELLO ORGANIZZATIVO

---

- Le Direzioni territoriali, i Coordinatori di Sezione, le Segreterie PI e GI debbono coordinarsi a livello centrale e, in una logica **bottom up**, trasferire le iniziative specifiche e locali da contestualizzare nei filoni progettuali portanti di Unindustria, interfacciandosi con i Coordinatori dei Gruppi tecnici.
- L'Area Organizzazione e Marketing Associativo facilita e favorisce il raccordo tra i diversi livelli, monitorando l'attuazione del modello organizzativo e rilevandone le interconnessioni secondo uno schema a matrice.
- Le Aree tecniche trasferiscono know how anche in funzione dell'attività svolta nell'ambito dei Gruppi tecnici e sviluppano l'offerta dei servizi dell'Associazione su tutto il territorio in modo omogeneo e qualitativo attraverso una struttura organizzata con presidi locali.

# MOMENTI DI COESIONE E CONDIVISIONE ASSOCIATIVA

## BENVENUTO NELLA TUA ASSOCIAZIONE

l'evento associativo, a cadenza trimestrale, dedicato all'azienda neoiscritta per presentare l'Associazione nella sua totalità: rappresentanza, progetti, servizi.



**A CENA CON UNINDUSTRIA** l'appuntamento serale annuale per sviluppare la conoscenza di aziende e stakeholder.



**ESSERE IN UNINDUSTRIA** il progetto di formazione permanente di Sistema a cadenza trimestrale (tale progetto potrebbe vedere il coinvolgimento di altre Associazioni territoriali, in una logica di integrazione e scambio delle esperienze).



**TROFEO DI TENNIS** lo storico appuntamento annuale che unisce le relazioni allo sport (al Torneo del Tennis potrebbe affiancarsi un'analogha manifestazione sportiva dedicata al Golf).



# MOMENTI DI COESIONE E CONDIVISIONE ASSOCIATIVA: PROPOSTE (1/2)

---

## **STATI GENERALI DELL'INDUSTRIA – *biennale (marzo 2017)***

Tutta la parte politica di Unindustria (Consiglio Generale e Componenti) si riunisce per condividere lo stesso livello di informazione associativa ed avere il quadro/monitoraggio delle varie progettualità interconnesse con i diversi livelli di governance dell'Associazione.

## **RIUNIONI CON I PRESIDENTI DI AREE TERRITORIALI E COMPENSORI – *bimestrale***

Il Presidente di Unindustria e il Vice Presidente con Delega «Organizzazione e Rapporti associativi», insieme con la Direzione Generale, incontrano i Presidenti delle Aree territoriali e i Presidenti dei Compensori per creare momenti di ascolto diretto.

L'ascolto, nella prima fase, sarà funzionale anche ad identificare per ogni territorio progettualità condivise che ne valorizzino le vocazioni produttive e le specificità, in raccordo con le altre attività e Deleghe/Componenti dell'Associazione, a beneficio della messa in campo di tutte le risorse e la forza di Unindustria. Tale forma di ascolto è funzionale anche a far emergere problematiche organizzative locali per migliorare il rapporto con la base associativa (es. rapporto con le altre Associazioni datoriali del territorio, andamento associati, risorse interne,...).

# MOMENTI DI COESIONE E CONDIVISIONE ASSOCIATIVA: PROPOSTE (2/2)

---

## EVENTI SUI TERRITORI E CONSULTE DELLE IMPRESE

Per dare visibilità alle aziende, stimolarne la partecipazione e rafforzare la percezione in termini di rappresentanza, presso le Aree territoriali ed i Comprensori vengono organizzati eventi a carattere pubblico relativamente a tematiche di specifico interesse, in coerenza con il programma della Presidenza Unindustria, con la possibilità di convocare contestualmente le Consulte delle imprese interessate.

Ulteriori momenti di incontro della Consulta delle imprese potranno essere previsti ogni qualvolta il Presidente territoriale ne ravveda la necessità per dare ascolto alle aziende anche relativamente a target mirati (in termini sia settoriali sia dimensionali), in funzione di temi specifici da trattare.

### ***Calendarizzazione unica dei principali impegni istituzionali di Unindustria***

*Annualmente viene predisposta una programmazione di massima dei principali impegni istituzionali nella quale vengono calendarizzate le riunioni degli organi centrali per favorire la massima partecipazione nonché per la condivisione delle progettualità e l'aggiornamento delle attività in fieri.*

*All'interno di tale programmazione potranno essere ricomprese le riunioni con i Presidenti di Aree territoriali/Comprensori e gli eventi a carattere pubblico organizzati sui territori (con possibilità di convocare contestualmente le Consulte delle imprese interessate).*

# MOMENTI DI COESIONE E CONDIVISIONE ASSOCIATIVA: PRIMA PIANIFICAZIONE DI MASSIMA 2017

	GEN.	FEB.	MAR.	APR.	MAG.	GIU.	LUG.	AG.	SETT.	OTT.	NOV.	DIC.
<b>Stati Generali</b>			X									
<b>Riunioni Presidenti Aree territoriali/Comprensori</b>	X		X		X		X		X	X	X	
<b>Eventi territoriali</b>				X	X	X			X			
<b>Essere in Unindustria</b>		X				X				X		
<b>A cena con Unindustria</b>						X						
<b>Benvenuto nella Tua Associazione</b>	X			X			X				X	
<b>Trofeo del Tennis</b>										X	X	

# MOMENTI DI COESIONE E CONDIVISIONE ASSOCIATIVA: IL BUSINESS MATCHING

---

- **UNIRETE** – Al fine di pianificare una nuova edizione dell’evento, viene costituito un Gruppo di lavoro composto dai Presidenti delle Aree territoriali, dei Comprensori, di PI, di GI, e di alcune Sezioni di categoria, allo scopo di rifocalizzare gli obiettivi dell’iniziativa per il futuro partendo dall’esperienza vissuta nelle prime due edizioni.
- **BUSINESS SPEED DATING** – Promotore principale la Componente PI con possibilità di estendere il format anche alle altre Componenti.
- **INCONTRI CON LE GRANDI STAZIONI APPALTANTI** – Il grande sistema di incontro di domanda e offerta del mondo industriale (Community professionale Stazioni Appaltanti e Supply Manager, progetto Procurement, ..).
- **AGGREGAZIONE DI IMPRESE E RICERCA PARTNER** – anche attraverso la partecipazione a bandi di gara nazionali e internazionali.



# FIDELIZZAZIONE E SVILUPPO DELLE AZIENDE

---

Il processo di fidelizzazione degli associati e lo sviluppo di nuove aziende si poggia su due elementi fondamentali:

- il **coinvolgimento di tutte le Componenti** associative
- la **focalizzazione dell'offerta** dell'Associazione

Il **processo di coinvolgimento delle Componenti** (e della tecnostruttura dedicata) deve passare attraverso una conoscenza approfondita dei dati relativi alle aziende associate e al mercato potenziale, in una logica identificativa dei target prioritari ai quali rivolgere le azioni da portare avanti a livello di singoli contesti (Sezioni, Aree Territoriali/Comprensori, Piccola Industria, Giovani Imprenditori), con una centralizzazione delle informazioni garantita funzionalmente dalla struttura di Marketing Associativo e Customer Care - operante all'interno dell'Area Organizzazione e Marketing Associativo.

La **focalizzazione dell'offerta** comporta un'analisi e un monitoraggio continuo della «cassetta degli attrezzi» sui quali puntare, avendo cura di rappresentare il prodotto Unindustria sempre nella sua interezza e complessità, mettendo in evidenza le competenze e le professionalità che all'interno dell'Associazione sono al servizio delle imprese.

# FIDELIZZAZIONE E SVILUPPO DELLE AZIENDE: I TARGET PRIORITARI

---

**LATO FIDELIZZAZIONE** - I target prioritari sui quali rivolgere azioni dedicate di Customer Care sono rappresentati da:

- aziende morose
- aziende dimissionarie
- aziende «fredde»

Chiaramente in una logica preventiva, le azioni di Customer Care è opportuno vengano rivolte a tutte le aziende associate per evitare che queste stesse entrino in uno status critico o a rischio. Il sistema gestionale «Rete 2000» supporta e traccia il livello di informazioni necessario.

**LATO SVILUPPO** - L'individuazione di aziende potenzialmente associabili, per territorio, categoria o dimensione, è funzionale a rivolgere loro azioni di **marketing diretto e indiretto**.

- ✓ L'azione di marketing diretto è finalizzata all'avvio di un contatto mirato con la singola azienda identificata, alla quale far conoscere – e se possibile far toccare con mano – il prodotto Unindustria e i vantaggi dell'essere associato.
- ✓ Le azioni di marketing cosiddetto «indiretto» mirano invece a utilizzare eventi ed attività associative organizzate da Unindustria (a livello di Componenti o Aree tecniche dell'Associazione) per far partecipare target di mercato potenziale identificati, ai quali rivolgere inviti dedicati.

# SVILUPPO ASSOCIATIVO

## TARGET PRIORITARI GENERALI

On boarding delle aziende  
da 50 a 250 dipendenti

On boarding delle  
aziende con il fatturato  
più elevato

On boarding del «Made  
In»

On boarding delle start up  
«innovative»

# FIDELIZZAZIONE E SVILUPPO DELLE AZIENDE: L'IMPORTANZA DEI DATI

---

Le azioni da mettere in campo per rispondere all'obiettivo comune di tutta Unindustria – governance e tecnostruttura – di non perdere associati e di svilupparne nuovi necessita di una conoscenza dei dati in grado di indicare l'andamento dell'Associazione.

Diventa pertanto sempre più importante che ogni Componente associativa disponga di un proprio **cruscotto dati** aggiornato periodicamente che, contenendo informazioni puntuali (nuove adesioni, aziende dimissionarie, aziende morose, aziende «fredde»), consenta di misurare i risultati delle proprie attività sia rispetto al contesto specifico sia con riferimento all'Associazione tutta.

L'Area Organizzazione e Marketing Associativo continuerà a farsi parte attiva nella predisposizione di tali dati dai quali partire per mirare le azioni conseguenti, dando priorità e giusta attenzione all'**attività di ascolto** che a tutti i livelli ogni Componente dovrà assicurare.

In questo senso, visto il livello regionale in cui operano le **Sezioni**, laddove dai dati se ne ravvedesse la necessità, il coordinatore di struttura, d'intesa con il Presidente della Sezione, dovrà prevedere degli incontri con le aziende sui singoli territori per stimolare una maggiore partecipazione alla vita associativa e per un maggiore coinvolgimento nelle attività.

# FIDELIZZAZIONE E SVILUPPO DELLE AZIENDE: STRUMENTI

## 1/2

---

- ✓ Rafforzamento del ruolo di tutte le **Componenti** per ampliamento e fidelizzazione base associati.
- ✓ **Focalizzazione e ampliamento dell'offerta** dei servizi di Unindustria, con il ruolo attivo delle Aree Tecniche, attraverso l'introduzione di strumenti ad hoc (*Welfare aziendale*).
- ✓ Rafforzamento dell'integrazione dell'offerta di Unindustria con i **servizi a pagamento** di Unindustria Partecipazioni (*Formazione*).
- ✓ Valorizzazione del prodotto Unindustria in tutte le sue possibili declinazioni attraverso l'utilizzo dei vari strumenti di comunicazione.
- ✓ Valorizzazione del **brand** Unindustria quale elemento fiduciario e «promessa di valore» attraverso un approccio che rafforzi la competitività dell'Associazione anche rispetto ai principali competitor.

# FIDELIZZAZIONE E SVILUPPO DELLE AZIENDE: STRUMENTI

## 2/2

---

- ✓ Dotare la tecnostruttura di **tecnologie più avanzate** per ridurre i tempi di risposta rispetto alle istanze delle imprese e per migliorare la comunicazione interna/esterna.
- ✓ Programmare un sistema di formazione continua e aggiornamento della tecnostruttura con lo scopo di creare un gruppo sempre più specializzato per lo sviluppo associativo e per il customer care.
- ✓ Rendere consapevole la tecnostruttura del suo ruolo fondamentale di «ambasciatore» dell'essenza e del valore del brand Unindustria (approccio di *internal branding*: un dipendente motivato e consapevole delle strategie aziendali può diventare il migliore rappresentante della Associazione).

# *ALLEGATI*

---

# LE NOSTRE SEDI

## NEL SISTEMA, NEL TERRITORIO

SIAMO LA PIU' GRANDE **ASSOCIAZIONE IMPRENDITORIALE**  
DEL **SISTEMA CONFINDUSTRIA** PER ESTENSIONE TERRITORIALE

LA SECONDA PER NUMERO DI SOCI:  
**3.200 AZIENDE ASSOCIATE PER UN TOTALE DI 220.000 DIPENDENTI**

**QUESTE LE NOSTRE SEDI NEL LAZIO**





# LA GOVERNANCE

## I 3 ORGANI DECISIONALI

Assemblea



**Organo di presenza inclusiva del Sistema** delle imprese associate

Consiglio Generale



**Organo collegiale allargato** con funzioni organizzative di indirizzo politico.

Consiglio di Presidenza

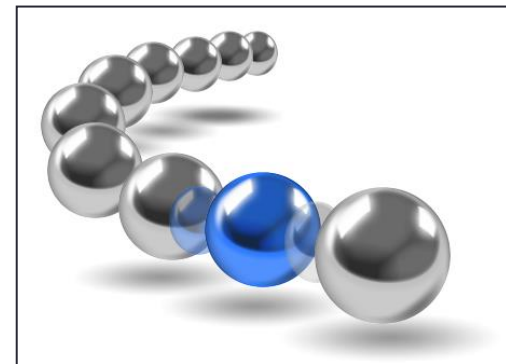


**Organo collegiale ristretto** con funzioni di conduzione politico-organizzativa; definisce ed attua le linee strategiche.

# IL MODELLO ORGANIZZATIVO

- ALIMENTARE
- ATTIVITÀ ESTRATTIVE
- CARTA, STAMPA E CARTOTECNICA
- CHIMICA, GOMMA E MATERIE PLASTICHE
- COMUNICAZIONI
- CONSULENZA, ATTIVITÀ PROFESSIONALI E FORMAZIONE
- DISTRIBUZIONE
- EDITORIA, INFORMAZIONE E AUDIOVISIVO
- ELETTRONICA ED ELETTROTECNICA
- ENERGIA
- FARMACEUTICA E BIOMEDICALI
- FINANZA, CREDITO, ASSICURAZIONE E IMMOBILIARE
- INDUSTRIA CERAMICA
- INDUSTRIA DEL TURISMO E DEL TEMPO LIBERO
- INFORMATION TECHNOLOGY
- INFRASTRUTTURE
- LEGNO, ARREDO E NAUTICA
- METALMECCANICA, METALLURGICA E COSTRUZIONE MACCHINARI
- PROGETTAZIONE, MATERIALI E IMPIANTI
- SANITÀ
- SERVIZI AMBIENTALI
- SICUREZZA
- TESSILE, ABBIGLIAMENTO, MODA E ACCESSORI
- TRASPORTO E LOGISTICA

**LE 24  
SEZIONI DI  
CATEGORIA**



# IL MODELLO ORGANIZZATIVO



## I 13 GRUPPI TECNICI

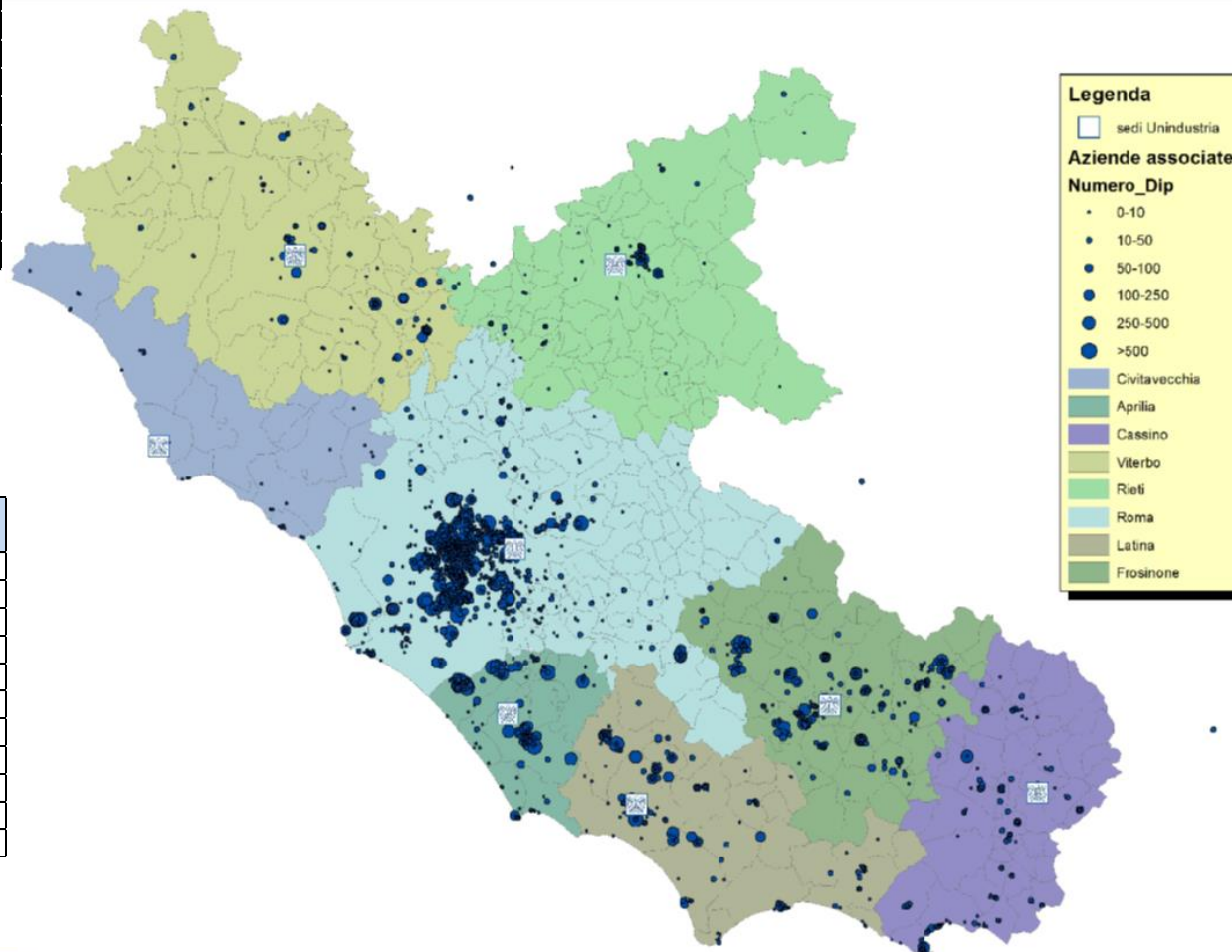
- COMPETITIVITA' E SVILUPPO DEL TERRITORIO
- ETICA E LEGALITA'
- FINANZA PER LA CRESCITA E RELAZIONE BANCA-IMPRESA
- INFRASTRUTTURE ENERGETICHE E RETI INTELLIGENTI
- INFRASTRUTTURE PER I TRASPORTI E LA LOGISTICA
- LAVORO E RELAZIONI INDUSTRIALI
- MERCATI GLOBALI E VALORIZZAZIONE DEL MADE IN ITALY
- ORGANIZZAZIONE E RAPPORTI ASSOCIATIVI
- SPECIALIZZAZIONE INTELLIGENTE E INNOVAZIONE APERTA
- START-UP INNOVATIVE E IMPRENDITORIALITÀ GIOVANILE
- SVILUPPO DEL CAPITALE UMANO
- TRASFORMAZIONE DIGITALE
- TURISMO ED INDUSTRIA CREATIVA

# IL MODELLO ORGANIZZATIVO

## 5 AREE TERRITORIALI E 3 COMPENSORI

COMUNI BACINO D'INTERESSE CIVITAVECCHIA
ALLUMIERE
CANALE MONTERANO
CERVETERI
<b>CIVITAVECCHIA</b>
LADISPOLI
MANZIANA
MONTALTO DI CASTRO
SANTA MARINELLA
TARQUINIA
TOLFA

COMUNI BACINO D'INTERESSE APRILIA
ALBANO LAZIALE
ANZIO
<b>APRILIA</b>
ARDEA
ARICCIA
GENZANO DI ROMA
LANUVIO
NEMI
NETTUNO
POMEZIA
VELLETRI



Legenda	
	sedi Unindustria
Aziende associate	
Numero_Dip	
	0-10
	10-50
	50-100
	100-250
	250-500
	>500
	Civitavecchia
	Aprilia
	Cassino
	Viterbo
	Roma
	Latina
	Frosinone

COMUNI BACINO D'INTERESSE CASSINO
ACQUAFONDATA
ALVITO
AQUINO
ATINA
AUSONIA
BELMONTE CASTELLO
CASALATTICO
CASALVIERI
<b>CASSINO</b>
CASTELFORTE
CASTELNUOVO PARANO
CASTROCEIOLO
CERVARO
COLFELICE
COLLE SAN MAGNO
CORENO AUSONIO
ESPERIA
FONTECHIARI
FORMIA
GAETA
GALLINARO
ITRI
MINTURNO
PICINISCO
PICO
PIEDIMONTE SAN GERMANO
PIGNATARO INTERAMNA
PONTECORVO
ROCCASECCA
SAN BIAGIO SARACINISCO
SAN DONATO VAL DI COMINO
SAN GIORGIO A LIRI
SAN VITTORE DEL LAZIO
SANT'AMBROGIO SUL GARIGLIANO
SANT'APOLLINARE
SANT'ELIA FIUMERAPIDO
SANTI COSMA E DAMIANO
SANTOPADRE
SETTEFRATI
SPIGNO SATURNIA
TERELLE
VALLEMAIO
VALLEROTONDA
VICALVI
VILLA LATINA
VILLA SANTA LUCIA
VITICUSO