

SOMMARIO

- | | | | |
|---|---|---|------------------------------|
| 1 | 2014: LA SFIDA DELLA CRESCITA | 3 | LA BANDIERA NICMA NEL MONDO |
| 2 | STARTUP AZIENDE: SEMPRE PIÙ ESTERO...MATE INDUSTRIALE | 3 | LE RICETTE DELLE DONNE NICMA |
| 3 | L'INTERVISTA: NICMABOX LE ORIGINI | 4 | N.O.B. |

> *La sfida del 2014*

LA SFIDA DELLA CRESCITA

Le sfide che ci troviamo a dover affrontare sono molto diverse da quelle del passato, il mondo sta cambiando più rapidamente di quanto sia mai successo e, di conseguenza, anche il concetto di organizzazione si evolve; le aziende devono affrontare processi di continuo adattamento per stare al passo coi tempi e mantenere il successo raggiunto.

Una sfida significativa del nostro settore è rappresentata dalla rapidità e incisività di risposta ai cambiamenti ambientali, crisi organizzative e modifiche delle aspettative del cliente.

Il cambiamento organizzativo che ne consegue non va considerato un problema ma un'opportunità di crescita: partendo dal presupposto di una flessibilità necessaria all'innovazione strutturale e gestionale, bisogna considerare il cambiamento come intrinseco allo sviluppo di un'azienda.

I clienti di oggi si aspettano nuovi prodotti e servizi sviluppati e consegnati più rapidamente, li vogliono personalizzati a seconda delle proprie precise esigenze. La conseguenza di tutto ciò è che il fattore primario di produzione diventa la conoscenza. Sono infatti i collaboratori ad avere il potere e la conoscenza necessari per mantenere l'azienda competitiva. Al centro di questi processi c'è quindi sempre il soggetto: soltanto le persone infatti possono mettere a disposizione dell'organizzazione un'intelligenza situazionale, emotiva e relazionale che possa far fronte a una realtà dinamica e mai uguale a se stessa come quella attuale.

Il nostro compito, mio e di mio fratello, è di fornire sullo sfondo di questa realtà una direzione: condividere obiettivi e sviluppare piani affinché questi vengano raggiunti.

Per determinare la direzione occorre rilevare le opportunità e le minacce dell'ambiente esterno, i punti di forza e di debolezza interni, e definire

quindi la Mission basata sul corretto adattamento tra opportunità esterne e punti di forza interni.

Il nostro successo è costruito sulle fondamenta di valori condivisi, qualità di servizio e relazioni, fiducia reciproca, integrità. Abbiamo fatto crescere un'azienda familiare attraverso il mantenimento delle promesse e la collaborazione, abbiamo portato talenti ed esperienze diverse al servizio del nostro cliente.

La nostra Vision è quella di essere la prima scelta dei clienti nei prodotti e nei servizi che forniamo e vogliamo continuare ad essere un Gruppo di aziende leader nei settori di competenza.

In questo contesto i migliori vincono sul serio e devono dimostrare di avere carattere. Per le aziende il carattere è dato dalla somma dei valori e degli obiettivi, ma soprattutto dalla capacità di attrarre talenti e consensi e di rinnovarsi in continuazione, generando quella freschezza che permette di soddisfare i Clienti e disorientare i competitors.

Per vincere le sfide che ci attendono ci vuole carattere ma sono certo che questa caratteristica è presente in tutti noi.

Buon lavoro e buon carattere a tutti!



Il Presidente Massimo Benvenuti

NICMABOX LE ORIGINI



Mario Benvenuti, Patron della Nicma & Partners

Venerdì 31 gennaio ho avuto l'opportunità di intervistare il Sig. Mario Benvenuti, Patron della Nicma & Partners nonché inventore del Nicmabox.

Ci può spiegare come è nato il Nicmabox e da quali esigenze di mercato?

Nel 2001, il mercato produttivo italiano non si poteva terziarizzare, vi erano resistenze sindacali e ostacoli da parte di chi gestiva la produzione (capi squadra, capi reparto), inoltre la difficoltà era la logistica interna.

Conoscendo le realtà industriali europee e mondiali, importai strategie industriali vincenti, che proposi a direttori del personale e degli acquisti di grandi aziende nostre clienti quali EATON e L'OREAL, tali strategie portarono innovazione ed efficienza alle stesse.

Ad esempio, prima della distribuzione automatica dei DPI, tutto veniva gestito dal magazzino, l'operaio per potersi approvvigionare dei guanti per lavorare si faceva rilasciare un buono dal caposquadra, si staccava dalla produzione, raggiungeva il magazzino e si faceva consegnare i guanti. Questo processo comportava un enorme spreco di tempo e non sempre avveniva la corretta procedura di firma per il prelievo del DPI, per non parlare di ciò che accadeva nel turno di notte, in assenza del responsabile di Magazzino o del Capo squadra, gli operai prendevano pacchi di guanti senza controllo con sprechi economici rilevanti.

Io all'interno delle Aziende Nostre clienti, ero sempre presente in prima persona, questo per monitorare il servizio e valutare le eventuali carenze gestionali, inoltre era importante far capire al cliente che era seguito con professionalità.

Riguardo i guanti, l'Azienda in generale, si preoccupava che il dipendente fosse

protetto, il datore di lavoro addirittura inseriva in busta paga due righe che invitavano il dipendente ad usare i DPI; ogni azienda analizzava il rapporto numero di dipendenti / tipo di lavoro svolto e faceva una previsione della quantità di DPI che si sarebbero consumati ma nonostante le valutazioni preventive, i conti non tornavano mai e il sistema produceva enormi sprechi.

A cavallo tra l'anno 2000 e il 2001, la Società EATON che era nostra cliente dal 1971, e vantava una collaborazione trentennale basata sulla soddisfazione e sulla fiducia reciproca, aveva l'esigenza di ottimizzare la gestione del magazzino e del personale in merito alla questione DPI. Pertanto un giorno il Direttore Acquisti mi convocò, e mi chiese di trovare una soluzione al problema.

Siccome per anni ero stato socio della Società SERIDA (distribuzione di snack/caffè/bibite) e avevo già esperienza nella distribuzione automatica delle bevande, il passo fu breve.

Ho cominciato a pensare al distributore delle bibite come possibile risoluzione del problema, anche se mi chiedevo come farlo funzionare; per le bibite si prelevava con moneta ma per il DPI non andava bene in quanto non si comprava nulla. Inoltre il datore di lavoro aveva l'obbligo della consegna del guanto al dipendente per lavorare, pertanto pensai al prelievo per mezzo di SCHEDE DI PRELIEVO; di lì a poco incontrai il Direttore Acquisti e il Direttore del Personale EATON e esposi loro la mia idea. Ricordo che in quell'ufficio c'era un distributore di bibite, e gli dissi –“guardate lì dentro, immaginate di sostituire alle bottiglie dei guanti”, i miei interlocutori rimasero entusiasti e mi chiesero che cosa avrebbero utilizzato gli operai per prelevare i guanti, io risposi che avrebbero utilizzato una semplice scheda di prelievo, ma loro mi dissero che tale strumento non sarebbe andato bene.

Mi congedai e stabilimmo di rivederci dopo una decina di giorni con una soluzione al problema.

Per giorni non riuscii a cogliere le motivazioni della dirigenza EATON alla bocciatura della mia proposta e a furia di pensarci, capii che la motivazione per la quale la scheda di prelievo non andava bene era che gli operai avrebbero potuto dimenticarla. Tale dimenticanza non avrebbe consentito loro di lavorare in sicurezza e avrebbe esposto l'azienda a considerevoli rischi.

Capii all'ora che l'unico strumento possibile sarebbe stato il BADGE aziendale in virtù del fatto che lo stesso lo utilizzava già per le timbrature in entrata e in uscita.

Incontrai nuovamente i Direttori EATON e proposi l'uso del documento aziendale “BADGE”; da lì a poco iniziai a fornire il DISTRIBUTORE NICMABOX e i DPI.

Il nuovo sistema consentì di eliminare le scorte a magazzino dei prodotti ad alta rotazione (guanti/mascherine/occhiali/tappi), introdurre la fatturazione mensile dei soli prodotti consumati in rapporto alla produzione, e permise il monitoraggio dei consumi del dipendente con indicazione del prodotto prelevato, data, ora e quantità, inoltre il vantaggio economico proveniente dal contenimento degli sprechi, consentì al cliente di sviluppare altri business, ad esempio, nello stabilimento EATON di Massa Carrara iniziammo a gestire la logistica interna con contratto triennale.

Di lì a poco brevettai per NICMABOX il sistema di prelievo tramite il badge aziendale, e per alcune aziende coniugai lo stesso sistema di monitoraggio a seconda dell'esigenza specifica del cliente.

Quali sono le motivazioni che l'hanno spinto a spostare il progetto NICMABOX a Moncalieri?

A fronte dell'inizio attività di distribuzione automatica NICMABOX e DPI con la Soc. EATON è nata l'esigenza di gestire grandi volumi di prodotti, di distributori e delle componenti dei software dei distributori, pertanto avere più spazio era diventata una condizione essenziale, ecco perché la scelta di utilizzare lo stabilimento di Moncalieri.

Ha contribuito in maniera positiva la partnership con la soc. COMASEC?

Commercialmente per loro era importante presentarsi alle gare d'appalto con questo nuovo meccanismo di distribuzione automatica dei guanti. Inoltre la possibilità come grande produttore di guanti di fornire il NICMABOX ai propri distributori risultava facilitarli nell'acquisizione di nuovi clienti. In breve per noi la Comasec divenne fornitore e cliente.

Come vede e immagina NICMABOX tra 10 anni?

Per quanto riguarda la distribuzione automatica, la concorrenza è ormai spietata, non vi sono grossi margini di sviluppo e purtroppo, la burocrazia Italiana distrugge le Aziende con tasse a infinite.

Per concludere, nei prossimi anni, visto l'andamento Italiano, per NICMABOX ci sarà sviluppo in vari paesi europei, pertanto NICMABOX sta già guardando avanti, al fine di moltiplicare il business ed essere sempre più presente e visibile nella scena Internazionale.

> **Startup Aziende**

di Fabio Prestipino

Sempre più estero... MATE INDUSTRIALE

Mate Industriale, ad Agosto 2013, ha acquisito, dopo un'ottima campagna commerciale di Attilio Prestipino rivolta al mercato estero, il Suo primo Cliente internazionale.

ROTODECOR azienda leader nel settore del rotocalco "macchinari per la stampa", con sede in Germania a Bad Salzu-

fen e avente vari distacamenti in tutto il mondo.

Anche **RE.MAC.UT.**, partita ad inizio settembre 2013, società leader che opera nel settore petrolifero, è diventato Nostro Cliente realizzando per loro degli avvolgitori di tubi che vengono immersi per l'estrazione del petrolio.



ROTODECOR



RE.MAC.UT.



a cura di Barbara Fasano
Torta di Nocciole
di nonna Anna - In ricordo della mia mamma

Ingredienti:
200g nocciole tritate,
200g farina,
200g zucchero,
175g burro,
3 Uova intere,
1 bustina di lievito

Paneangeli, 1 yogurt bianco (a piacere)

Preparazione: Sbattere in una terrina le uova con lo zucchero, aggiungere il burro a pezzettini, lo yogurt, le nocciole tritate e per ultimo incorporare lentamente, mescolando con un cucchiaio di legno, la farina e il lievito. Imburrare una tortiera e cospargerla con pane grattugiato (volendo usare la carta forno). Rovesciare il composto nella tortiera, infornare a 180° per ½ ora. Controllare la cottura con uno stuzzicadenti. Lasciarla raffreddare, porla su di un piatto e cospargerla di zucchero a velo.

La Ricetta

> **la Bandiera Nicma**

SIETE TUTTI INVITATI AD INVIARCI LE VOSTRE FOTO CON LA BANDIERA NICMA




























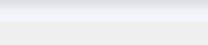
La bandiera Nicma&Partners



Sopra nell'ordine: Nicola con la famiglia in Sud Africa e a Dubai. Sotto nell'ordine: Ferruccio all'Havana di Cuba; Laura nella Piazza dei Miracoli a Pisa; Massimo in Tour negli U.S.A.; Stefano a Marsa Matrouth in Egitto; Valentina nella spiaggia di Cayo Guillermo a Cuba; I bimbi di Massimo in un parco negli U.S.A.



PANORAMICA SULLE NUOVE ATTIVITÀ DEL GRUPPO NICMA N.O.B.: NICMA OFFICIAL BULLETIN

CLIENTE	ATTIVITÀ	DIVISIONE	PARTENZA
REMACUT	Carpenteria		SETTEMBRE 2013
ROTODECOR	CARPENTERIA		SETTEMBRE 2013
WATERJET	CARPENTERIA		MARZO 2013
AROL	NICMABOX	nicmabox [®]	SETTEMBRE 2013
VERNAY	NICMABOX	nicmabox [®]	OTTOBRE 2013
VW MOTORI	NICMABOX	nicmabox [®]	NOVEMBRE 2013
SER SPA	NICMABOX	nicmabox [®]	LUGLIO 2013
STAMPINOX	NICMABOX	nicmabox [®]	MAGGIO 2013
CAREL INDUSTRIES	NICMABOX	nicmabox [®]	OTTOBRE 2013
SALCHI METAL COAT	NICMABOX	nicmabox [®]	SETTEMBRE 2013
OME	NICMABOX	nicmabox [®]	APRILE 2013
AHLSROM	NICMABOX	nicmabox [®]	GENNAIO 2014
MUNKSJO	NICMABOX	nicmabox [®]	GENNAIO 2014
AMIAT	Facchinaggio		OTTOBRE 2013
IKEA	Manut. Specialistica, Elettrica e Serv. Neve		NOVEMBRE 2013
ODOS	Manutenzioni Centri Commerciali		MAGGIO 2013
SABEL	Facility Management		SETTEMBRE 2013
ARMANDO TESTA	Manutenzioni Varie, Servizio Di Vigilanza		FEBBRAIO 2014
JOHNSON CONTROLS	Pulizie		MARZO 2014
ALCAR	Verniciature		OTTOBRE 2013
BDV	Verniciature		LUGLIO 2013
DELTA	Verniciature		SETTEMBRE 2013
EATON	Verniciature		GIUGNO 2013
NARETTO	Verniciature		MAGGIO 2013
HEXAGON METROLOGY	Verniciature		GIUGNO 2013
JOINTECH	Verniciature		SETTEMBRE 2013
LMP2	Verniciature		SETTEMBRE 2013
PRECISION MACHINING	Verniciature		GIUGNO 2013
SPI	Verniciature		LUGLIO 2013
GIOBERT SPA	Analisi Macchine (Assesment)		MARZO 2013
HELIANT SRL	Incarico Rssp – Formazione		LUGLIO 2013
BOLAFFI	Medicina Del Lavoro		LUGLIO 2013
VAY SPA	Formazione		OTTOBRE 2013
RURAL RISTORANTE	Medicina Del Lavoro		NOVEMBRE 2013
UNION FIDI S.C.	Formazione		GENNAIO 2014
SI.DA.T SPA	Incarico Rssp		GENNAIO 2014
STS ACOUSTICS S.P.A.	Analisi Macchine (Assesment)		GENNAIO 2014
BITRON SPA	Formazione		GENNAIO 2014