Scaricato da Largo Consumo
www.largoconsumo.info

ASSOLOMBARDA
GRUPPO GIOVANI IMPRENDITORI

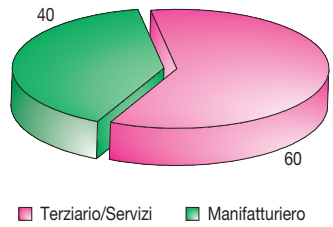
Business Café: un'occasione speciale per promuovere l'azienda e fare new business

Creare nuove occasioni di relazione e business per i propri associati, offrendo loro l'opportunità di allargare i contatti in maniera operativa e con quel pizzico di informalità che favorisce la conoscenza reciproca. Con questo obiettivo, nel 2005 il Gruppo Giovani Imprenditori di Assolombarda ha varato Business Café. Si tratta di un originale "business breakfast" dedicato proprio a quello che gli anglosassoni chiamano "networking", ovvero l'attività il cui obiettivo è ampliare la propria rete di contatti finalizzati a creare nuove opportunità d'affari.
Lo scorso ottobre 2007, Business Café ha vissuto la sua 3ª edizione, organizzata in collaborazione con Cncc (Consiglio nazionale centri commerciali) e sponsorizzata da Gruppo Accor, che ha messo a disposizione gli spazi dell'Hotel Ibis di Milano. È stato un grande successo, sotto il profilo sia delle adesioni (ben presto esauriti i 200 posti disponibili), sia dei risultati post-manifestazione, a giudicare dall'indagine svolta ad hoc a lavori conclusi.
Un motivo fondamentale del successo di Business Café va sicuramente ricercato nella sua formula. I partecipanti all'ultima edizione – aziende associate il più possibile rappresentative dei diversi comparti industriali – sono stati suddivisi in 10

Un grande successo "trasversale"

Quella svoltasi il 24 e 26 ottobre scorsi era la 3ª edizione di Business Café. L'iniziativa è stata ideata e varata nel 2005 da Giorgio D'Amore, allora consigliere del Gruppo Giovani Industriali con delega al marketing operativo e dall'aprile 2007 presidente dell'organismo parte di Assolombarda. Inutile sottolineare che Business Café in questi anni è andato costantemente crescendo. Basti pensare che alla 1ª edizione hanno partecipato una sessantina di giovani imprenditori associati, raddoppiati nel 2006, in una 2ª edizione peraltro allargata ai "senior" e anche a imprenditori non associati.
"Il successo dell'edizione 2007 – spiega Luca Picasso – lo leggo innanzitutto nell'adesione di un così alto numero di imprenditori tutti insieme, in rappresentanza di Assolombarda e di altre aree territoriali di Confindustria. Senza dimenticare la decina di aderenti al Consiglio nazionale centri commerciali, con i quali i nostri associati hanno potuto imbastire un confronto interessante". Significativamente, il 60% dei partecipanti rappresentava il mondo dei servizi e del terziario, anche se il 40% proveniente dall'industria manifatturiera è comunque una "fetta" considerevole. All'interno dei due macrosettori, va anche sottolineata la diversificazione dei comparti rappresentati a Business Café: dall'alimentare al metalmeccanico, dalla comunicazione al terziario innovativo, dal chimico ai trasporti.
"Ci è parso assai significativo e abbiamo molto apprezzato – continua Picasso – questo interesse così trasversale verso un'iniziativa business-to-business, laddove altri nostri eventi sono più di nicchia. Merito probabilmente del suo taglio decisamente operativo, che ha destato l'attenzione di numerose piccole e medie aziende, ma anche di realtà del calibro di Ferrarelle, Lufthansa, Viaggi del Ventaglio, per fare solo alcuni dei grandi nomi presenti".

I partecipanti per area merceologica



I partecipanti per singolo comparto

Alimentazione 6, aziende videofonografiche 1, chimiche 17, editoria e comunicazione 4, energia 1, gomma-plastica 3, industrie varie 4, legno-arredo 2, metalmeccaniche 32, servizi di telecomunicazione 3, servizi per la comunicazione 13, sistema moda 10, terziario industriale 5, terziario innovativo 80, terziario turistico 3, trasporti 7, Cncc 11.

Alcuni momenti dell'ultima edizione di Business Café.

Comunicazione d'impresa: serie GLI EVENTI © Editoriale Largo Consumo srl

Scaricato da Largo Consumo
www.largoconsumo.info

Gruppo Giovani Imprenditori Assolombarda

gruppi composti da venti persone e "incrociati" in quattro incontri, due per ciascuna delle due giornate nelle quali si è svolto l'incontro. Ognuno aveva tre minuti e mezzo per presentare la propria azienda e far circolare materiale informativo: circa ottanta, a conti fatti, i contatti garantiti a ciascun partecipante. Al termine di ogni "sessione", i partecipanti hanno avuto l'occasione di incontrarsi e scambiare esperienze in occasione di un apposito momento buffet.

Via Pantano, 9 – 20122 Milano
Tel. 02.58370245 – www.assolombarda.it
gruppo_giovani@assolombarda.it

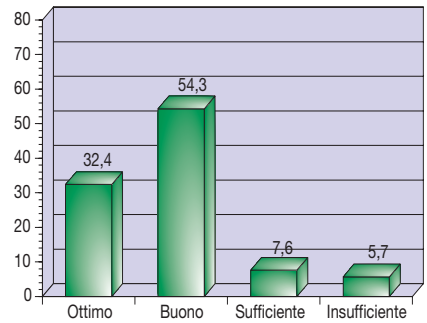
Il Gruppo Giovani Imprenditori è stato fondato nel 1964 e riunisce i figli di imprenditori e dirigenti di aziende iscritte ad Assolombarda, con età compresa tra i 18 e i 40 anni. Divenuto nel corso degli anni un dinamico punto di riferimento per molte delle imprese associate all'organismo milanese, il Gruppo Giovani è attualmente il maggiore nell'ambito del sistema confindustriale. Infatti, riunisce circa 650 soci che operano in imprese del territorio milanese, appartenenti alle più diversificate categorie: dalla consulenza aziendale alla selezione del personale, dalla produzione alimentare alla fabbricazione macchinari, dalla chimica alle biotecnologie, dall'informatica alla finanza, ecc.

"Abbiamo fatto tutto il possibile – spiega Luca Picasso, vicepresidente dei Giovani Industriali di Assolombarda con delega ai rapporti istituzionali e al marketing operativo – per fare di Business Café un'occasione di incontro all'insegna dell'operatività, partendo da piccole cose, come la regola del darsi del tu, l'identificare ciascun partecipante con un grande badge su cui apparivano in bella mostra nome e cognome, l'affidare a un co-moderatore, che affiancava un rappresentante del Gruppo in ogni riunione, il rispetto dei tempi e il regolamento da seguire". E i risultati non hanno tardato ad arrivare: a poca distanza dal Business Café, il 10% dei partecipanti ha trovato nuovi clienti, il 20% ha trovato nuovi fornitori e un altro 20% nuovi partner.

I partecipanti promuovono a pieni voti l'edizione 2007

A pochi giorni dalla conclusione di Business Café di ottobre 2007, il Gruppo Giovani Imprenditori ha affidato ad Assoservizi un'indagine finalizzata a sondare il gradimento dell'iniziativa da parte dei 200 manager che vi avevano preso parte: un momento di cruciale redemption che gli organizzatori hanno atteso con comprensibile trepidazione. Ebbene, i risultati si sono rivelati decisamente confortanti, a cominciare da quell'86,7% che ha dato un giudizio complessivamente positivo all'iniziativa, contro il 7,6% che si è limitato a un "sufficiente" e il 5,7% che l'ha ritenuta "insufficiente". Due terzi dei partecipanti, inoltre, ritengono di aver sviluppato durante Business Café nuovi contatti con potenziali clienti; stessa percentuale che si riscontra tra chi dichiara di aver intrapreso nuovi contatti con potenziali fornitori. La percentuale scende al 55,2% con riferimento a coloro che ritengono di aver sviluppato nuovi contatti con potenziali partner. Infine, va rimarcato che ben il 92,3% dei manager ha dichiarato che parteciperebbe a un'altra edizione di Business Café. "Questi risultati – commenta il vicepresidente del Gruppo Giovani Imprenditori, Luca Picasso – non possono che farci piacere, perché confermano la bontà di un'iniziativa che rappresenta un classico esempio di marketing associativo, pensato per mostrare agli associati attuali e potenziali come si muove il Gruppo e cos'è in grado di realizzare". Non stupisce quindi che gli organizzatori stiano già progettando un'ulteriore evoluzione di Business Café. Ma per il momento è ancora presto per fare anticipazioni.

Un giudizio complessivo sull'iniziativa



A sinistra Luca Picasso, vicepresidente Gruppo Giovani Imprenditori.

Un Gruppo dinamico e operativo

Business Café è solo una delle numerose iniziative di cui è ideatore e realizzatore il Gruppo Giovani Imprenditori di Assolombarda: una realtà in costante crescita e caratterizzata da un grande fermento creativo. "Un dato che ci inorgoglisce – spiega Luca Picasso – è il fatto di riunire 650 imprenditori sotto i 40 anni. Vorrei rimarcare che si tratta di persone e non di aziende, a sottolineare l'importanza che attribuiamo proprio al contributo delle persone. In effetti, sempre più ci stiamo caratterizzando per la dinamicità, l'operatività, l'innovazione con le quali cerchiamo di connotare la nostra attività".

Davvero numerosi sono i progetti che vedono protagonisti i giovani imprenditori di Assolombarda, non solo nell'ambito del business in senso stretto, ma anche in settori quali l'energia alternativa, la riqualificazione urbanistica, la promozione della cultura. Restando nell'alveo del business, qui vale la pena di accennare all'iniziativa "We have a dream": grazie a un accordo con la Banca Popolare dell'Etruria, un business plan può ottenere un finanziamento senza garanzie, previa approvazione di una commissione paritetica composta da membri della banca e dei Gruppo Giovani Imprenditori.