



Mandato 2018-2022. Insieme, è già domani.



Insieme, è già domani.

Insieme, è già domani.

Il mandato 2014/2018 che si va concludendo sarà ricordato come un ciclo di grandi trasformazioni che ha modificato totalmente la modalità di gestione, con una lunga fila di benefici effetti a tutti i livelli. Abbiamo risolto problematiche mai affrontate per interi decenni, abbiamo soprattutto modificato l'approccio con strumenti moderni. Questo ci ha consentito di raggiungere risultati misurabili che sono sotto gli occhi di tutti, in anticipo addirittura sui tempi previsti.

Ognuno può dare una propria lettura a questo processo evolutivo, non deve però sfuggire che esso è il frutto di un progetto definito sul quale gli stessi soci elettori hanno riposto fiducia con il loro voto. A loro chiederemo di farlo di nuovo nei prossimi giorni, con il nuovo programma che qui presentiamo.

Mi piace ricordare che il successo conseguito è la dimostrazione palese che il socio è più aperto al cambiamento di quanto pensiamo e il timore di cambiare e di guardare avanti è più spesso radicato in chi governa l'Associazione. Sotto questo punto di vista probabilmente non c'è proprio nulla di rivoluzionario nel lavoro fatto fino ad oggi, piuttosto il tentativo non ancora concluso di rialinearci su standard più moderni, indispensabili per confrontarci con la realtà che ci circonda, realtà con la quale il nostro socio si rapporta quotidianamente.

Cosa ci aspetta allora nei prossimi 4 anni? Gli obiettivi non mancano, alcuni sono raggiunti solo in parte, altri nuovi sono identificati in questo nuovo programma. In estrema sintesi ci aspetta una mandato di consolidamento delle posizioni, che potrà però avvalersi di un metodo di lavoro oggi collaudato, che è patrimonio comune dell'Associazione. Dovremo dimostrare anche che il nostro modello di Associazione, spesso preso come riferimento, non è solo decisamente performante ma è anche sostenibile da un punto di vista economico. Sicuramente oggi siamo più

Associazione di ieri, abbiamo anzi dimostrato che una logica di efficienza aziendale non è affatto l'antitesi della nostra *mission* statutaria. Chi, senza idee, qualche anno fa ha sostenuto il contrario, oggi deve rassegnarsi al suo fallimento.

Per tutti questi motivi possiamo affrontare il prossimo futuro con qualche certezza in più, con la convinzione che la direzione giusta in buona parte è quella già tracciata, senza dimenticare però da dove veniamo. La velocità e il ritmo che ha assunto la vita associativa e l'impegno conseguente non possono far venire meno alcuni valori fondanti di questo progetto che erano e restano centrali: **Trasparenza, Responsabilizzazione, Condivisione e Coesione**. Questi sono i nostri pilastri.

Il mio richiamo finale va soprattutto alla **Coesione**, un valore fragile che talvolta rischia di essere messo in discussione da campanilismi che sono il nostro limite culturale, dietro ai quali spesso si annidano solo mal celate ambizioni personali, che la nostra storia recente ha già spazzato via. La forza dell'Associazione è e resta la coesione. È il messaggio che viene dai maestri che ci hanno preceduto, non dobbiamo dimenticarlo.

Verona, 8 maggio 2018
Marco Aldegheri



Le candidature.

Di seguito è illustrato il programma che accompagna la mia candidatura alla **presidenza regionale** con i **5 consiglieri regionali** al mio fianco. Condividono questo programma coloro che con me hanno condiviso il lavoro sul campo nei 4 anni scorsi, e si candidano a rappresentare le **7 delegazioni del Veneto** per il mandato 2018/2022. Si riconoscono in questo programma e lo sostengono anche i candidati veneti al **Consiglio Nazionale**.

PRESIDENZA E CONSIGLIO REGIONALE

- 1** MARCO ALDEGHERI Presidente
- 2** GIANCARLO CESTARO Consigliere Regionale
- 3** GIOVANNI GEREMIA Consigliere Regionale
- 4** MICHAEL FLANIGAN Consigliere Regionale
- 5** MARCO COMUNIAN Consigliere Regionale
- 6** SERGIO CASTAGNA Consigliere Regionale

CONSIGLIO REGIONALE PER DELEGAZIONE

- 9** ALBERTO ROMANATO per AIS Padova
- 10** NICOLETTA RANZATO per AIS Belluno
- 11** CARLO MORETTI per AIS Rovigo
- 12** PAOLA BONOMI per AIS Vicenza
- 13** WLADIMIRO GOBBO per AIS Treviso
- 14** PAOLO BORTOLAZZI per AIS Verona
- 15** GIANPAOLO BREDA per AIS Venezia

CONSIGLIO NAZIONALE

- 7** GRAZIANO SIMONELLA Consigliere Nazionale
- 8** MARCO VISENTIN Consigliere Nazionale



Mandato 2018-2022. Insieme, è già domani.

I valori al centro del metodo di lavoro.

L'esperienza di questi 4 anni, la crescita delle esigenze e del numero dei soci e la costante necessità di adeguarsi alle tante incombenze amministrative e legislative hanno plasmato il nostro modello di gestione fino a renderlo un riferimento. I principi a cui si è ispirato conservano tutt'ora la loro valenza. Ad essi deve sempre tendere il nostro lavoro nello sforzo di raggiungere i futuri obiettivi.

- **TRASPARENZA**
- **RESPONSABILITÀ**
- **CONDIVISIONE**
- **COESIONE**



Gli obiettivi strategici.

Una visione progettuale deve tracciare il punto di arrivo, i tempi di realizzazione, prevedere più possibile le difficoltà che si incontreranno lungo la strada, per arrivare a soluzioni efficaci. Su questo oggi i soci possono misurare la capacità di visione di un gruppo di lavoro e allo stesso modo tra 4 anni misureranno l'efficacia del suo operato. È quindi a partire dall'identificazione dell'obiettivo che si può costruire un rapporto fiduciario tra la base associativa e il gruppo di persone che condivide un programma e si candida alla direzione del prossimo mandato.

Di seguito sono elencati le 10 aree su cui sono messi a fuoco vari obiettivi. Per ognuno è indicata una % che rappresenta lo "stato di avanzamento dei lavori". Questo numero fissa il livello di raggiungimento di ogni singolo obiettivo, misurato

in uno spazio che va **dall'inizio del mandato scorso (in giallo)** fino ad **oggi (in blu)**, teso ovviamente al prossimo futuro. Un modo molto semplice per misurare il lavoro fin qui svolto e concentrare l'attenzione dove servirà intervenire con nuova energia.

1. **LA GESTIONE FINANZIARIA**
2. **L'ORGANIZZAZIONE**
3. **LA COMUNICAZIONE**
4. **L'ATTIVITÀ REDAZIONALE**
5. **L'INTERNAZIONALIZZAZIONE**
6. **LA FORMAZIONE**
7. **LE ATTIVITÀ DI SERVIZIO**
8. **I BENEFIT**
9. **GLI EVENTI E LE MANIFESTAZIONI**
10. **LE RELAZIONI**



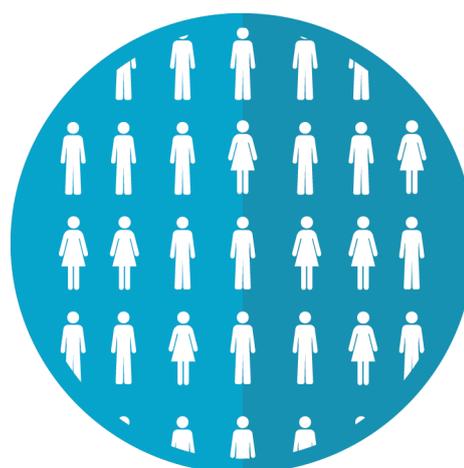
Gli obiettivi strategici.



1) La gestione finanziaria

Gestione e controllo sono alla base del funzionamento di una struttura che movimentata ingenti risorse. Per una Associazione significa poter investire per sostenere lo sviluppo associativo.

- **La razionalizzazione costi di funzionamento** 60% > 80%
- **La tracciabilità di tutte le movimentazioni** 60% > 100%
- **La creazione di un fondo di garanzia** 0% > 100%
- **La razionalizzazione delle forniture** 10% > 80%
- **Il reperimento di risorse esterne** 0% > 5%
- **Gli investimenti** 0% > 100%
- **Un bilancio comprensibile** 0% > 100%
- **Un bilancio semestrale** 0% > 100%



2) L'organizzazione

Un efficiente modello di gestione aziendale agevola il raggiungimento degli obiettivi e consolida l'identità associativa. Oggi siamo molto più Associazione di 4 anni fa.

- **La riorganizzazione amministrativa** 80% > 100%
- **Gli strumenti aziendali** 10% > 80%
- **L'autonomia della sede** 50% > 100%
- **Un consulente contabile** 5% > 100%
- **Una squadra riproducibile in tutte le province** 10% > 70%
- **L'autonomia e responsabilità dei ruoli** 10% > 50%
- **L'interconnessione dei ruoli** 5% > 60%



Gli obiettivi strategici.



3) La comunicazione

La comunicazione è il principale motore dello sviluppo associativo; qualifica il nostro lavoro all'esterno verso i nostri interlocutori, e al tempo stesso mette in circolo in modo virtuoso le esperienze e le informazioni tra i soci.

- **L'analisi di marketing** 10% > 50%
- **Un referente di coordinamento** 0% > 30%
- **Un ufficio stampa** 100%
- **Un coordinatore grafico** 0% > 100%
- **Un nuovo portale web** 40% > 80%
- **Una gestione integrata della raccolta pubblicitaria** 5% > 65%
- **Newsletter/Direct E-mail Marketing** 5% > 25%
- **Lo sviluppo dell'attività sui social media** 0% > 50%
- **L'azione sugli altri attori della filiera** 0% > 40%
- **Il coinvolgimento di specialisti esterni** 10% > 50%
- **Indagini di gradimento** 0% > 20%



4) Attività redazionale

È uno dei principali settori della comunicazione. Il miglioramento dei contenuti qualifica l'offerta per i soci e incide positivamente sul senso di appartenenza. Spazi di comunicazione più attraenti per le aziende hanno finalmente iniziato ad incidere sulla raccolta pubblicitaria.

- **La nuova linea editoriale della rivista** 40% > 90%
- **La guida dei vini Vinetia** 50% > 90%
- **Nuovi contenuti editoriali online** 10% > 30%
- **Nuovi prodotti editoriali cartacei** 0%



Gli obiettivi strategici.



5) L'internazionalizzazione

La forte vocazione internazionale del territorio regionale, nella produzione e nell'incoming, pretende competenze linguistiche specialistiche. Il presente della professione del sommelier, non il futuro, passa da qui.

- **La formazione specialistica** 1% > 10%
- **Lo sviluppo su estero della guida Vinetia** 20% > 20%
- **Un sistema organizzato per nuove offerta di lavoro** 1% > 1%
- **L'anagrafe degli operatori specializzati** 0%
- **Le manifestazioni su estero** 0%



6) La formazione

Sostenibilità e qualità dell'offerta sono i due perni su cui si regge la principale attività dell'Associazione, non possiamo permetterci errori. Aprirci ai nuovi linguaggi ci aiuterà ad intercettare la passione.

- **Le sinergie con gli enti di formazione e le aziende** 5% > 30%
- **Un sistema di valutazione dei nostri operatori** 30% > 50%
- **Più remunerazione ai nostri operatori** 70% > 80%
- **Gli investimenti** 90% > 100%
- **L'esperienza dei degustatori ufficiali** 30% > 60%
- **Formazione mirata per i professionisti** 1% > 1%
- **La Scuola Concorsi e i Concorsi a tema** 0% > 60%
- **Il rinnovamento del corpo docente** 5% > 30%
- **Il finanziamento del corso** 0% > 100%
- **I corsi brevi** 0% > 60%



Gli obiettivi strategici.



7) Le attività di servizio

Di fronte a un mondo che cambia velocemente il servizio è rimasto fermo ai blocchi di partenza. Rimane una grande risorsa solo se siamo in grado di guardare avanti. La competitività passa dalla qualità che riusciremo a trasmettere.

- **Organizzazione e autonomia** 100% > 100%
- **Un regolamento efficace** 30% > 90%
- **Un tariffario chiaro e competitivo** 70% > 90%
- **Una anagrafe online del gruppo servizi** 10% > 60%
- **Un software di gestione** 0% > 5%
- **L'aggiornamento specialistico** 2% > 40%
- **Le nuove modalità di servizio** 5% > 10%
- **La promozione del servizio** 2% > 20%
- **Una posizione contrattuale inattaccabile** 0% > 100%
- **La gestione del credito** 0% > 60%



8) I benefit ai soci

Il senso di appartenenza è un valore associativo che cresce e si sostiene anche sviluppando una rete di vantaggi concreti a favore del soci.

- **La riduzione del turnover** 0% > 10%
- **Le convenzioni** 10% > 20%
- **Una comunicazione efficace** 30% > 70%
- **Una rivista di qualità** 40% > 90%
- **Una offerta di sconti** 1% > 1%
- **Lo sviluppo E-commerce** 0% > 1%
- **Accessi agevolati ad eventi** 5% > 50%



Gli obiettivi strategici.



9) Gli eventi e le manifestazioni

Eventi e manifestazioni, prima ancora che una opportunità offerta al socio, sono il punto di contatto dell'Associazione con il mondo che ci circonda. Uno strumento di comunicazione straordinario che richiede sempre più uno stile identitario.

- **Una rete condivisa di eventi** 10% > 70%
- **Un format comune** 5% > 80%
- **Un modello organizzativo comune** 0% > 60%
- **L'apertura al pubblico (Experience)** 10% > 70%
- **Il Congresso Nazionale 2019, una grande occasione** 0% > 10%



10) Le relazioni

La crescita complessiva dell'Associazione e del suo impegno nel sostegno alla cultura del vino è visibile anche all'esterno grazie a una gestione strutturata della comunicazione. Oggi AIS Veneto ha le carte in regola per accreditarsi sviluppando partnership di rilievo, anche su singoli progetti.

- **Gli enti pubblici** 1% > 25%
- **I Consorzi di Tutela** 30% > 70%
- **Le scuole e gli enti di formazione** 10% > 20%
- **Lo sviluppo di partnership** 0% > 10%
- **L'impegno nella cultura e nel sociale** 10% > 50%
- **La rappresentanza in consiglio nazionale AIS** 50% > 50%

