PI Italia
PROFIBUS • PROFINET

VERBALE DEL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE

Il giorno 21 gennaio 2020, alle ore 14:00, si è riunito il Consiglio di Amministrazione del Consorzio PROFIBUS e PROFINET Italia-P.I., presso l'azienda AUMA Italiana, Via delle Arnasche 6, 20023 - Cerro Maggiore.

Presenti (Allegato 3)
(sono citate le iniziali in corrispondenza di ogni soggetto per agevolare l'inserimento nella trattazione dei singoli punti)

Giorgio Santandrea (Siemens), presidente (GS)
Raffaele Esposito (Phoenix Contact), vicepresidente e tesoriere (RE)
Alberto Sibono (GFCC), vicepresidente (AS)
Pierfederico Cancarini (CSMT), consigliere (PC)
Fabio Fumagalli (Hilscher), consigliere (presenza pro tempore dalle 14:40 alle 18:15) (FF)
Massimo Moscuzza (Biffi), consigliere (MM)
Alberto Poli (Wago), consigliere (presenza pro tempore dalle 15:10) (AP)
Claudio Sonzogni (Harting), consigliere (CSZ)
Andrea Villa (AUMA Italiana), consigliere (AV)

Paolo Viola, Studio Viola (PV) (presenza pro tempore dalle ore 14:40 alle ore 16:00)
Cinzia Scambia, Studio Viola (CS) (presenza pro tempore dalle ore 14:40 alle ore 16:00)
Maria Grazia Persico, MGP Cultura Immagine e Comunicazione srl (MGP)
Isabel Pepe, MGP Cultura Immagine e Comunicazione srl (IP)

Assenti:
Paolo Sartori (Jampel), consigliere (PS)

Ordine del giorno:

1. **Presentazione e analisi del bilancio consuntivo 2019 e relativa approvazione**
2. **Bilancio preventivo 2020**
3. **Piano delle attività 2020**
4. **Varie ed eventuali**

Alle ore 14:30 inizia la riunione

1. **Presentazione e analisi del bilancio relativo 2019 e relativa approvazione (Allegato 1)**

Il Dott. Viola apre l'assemblea riassumendo la situazione del bilancio del 2019:

- Il conto economico del 2019 evidenzia un disavanzo complessivo, post IVA, pari a €1.569,18, rispetto ad un preventivato avanzo di €1.299,60. Il delta risulta essere sostanzialmente in linea con quanto preventivato in sede di budget, a maggior ragione se si considera che il valore di consuntivo include il costo di una fattura di Primaklasse relativa all'esercizio 2018 che a causa di un problema legato alla fatturazione elettronica è pervenuta tardivamente ed è stata pertanto inclusa nel bilancio 2019.
- Per lo stesso motivo, il risultato complessivo ante IVA, evidenzia una perdita di €10.549,58, a fronte dei preventivati €7.390,40.

Nel dettaglio le voci che hanno comportato uno scostamento preventivo/consuntivo sono le seguenti:

- **prot.12/2019 Segreteria e web marketing**: è inserita anche una fattura di competenza 2018, in quanto per ragioni tecniche l'emissione della fattura elettronica di PRIMAKLASSE è avvenuta nel 2019;
- **prot.20/2019 Altre attività promozionale**: il bilancio consuntivo(€28.000) è stato di €5.000 superiore a quello preventivo (€23.000);
- **prot.21/2019 Interessi passivi e imposte**: relativi alla fattura credito dell'azienda UNIKA, pari a € 2.500 (conto economico, voce 707325) e che corrisponde alla differenza tra quanto dovuto da UNIKA e quanto ottenuto dall'azione legale indetta.

Vengono richiesti alcuni chiarimenti su alcune voci di spesa da parte di alcuni membri del board ed a seguito di tali chiarimenti, il consiglio di amministrazione approva all'unanimità il bilancio dell'esercizio 2019.

All'interno della discussione viene comunque evidenziata da parte del Presidente l'importanza di tenere monitorata e di prestare la massima attenzione al pagamento delle fatture emesse. Il totale dei crediti a bilancio risulta infatti di 37.525,60€ e alcuni di questi sono addirittura riferiti a quote associative degli anni precedenti.

A tal proposito è stato analizzato il dettaglio dei crediti e tra questi viene segnalata la situazione del socio Mechatronics Labs che ha comunicato di essere in stato di liquidazione. Per tale ragione ha proposto al Consorzio una transazione per la somma di 350€ a fronte di un debito complessivo verso il Consorzio di 2.480€. Il Presidente comunica di aver richiesto il pagamento di un importo pari almeno alla quota associativa dell'anno 2019, pari a 1.250€.

2. **Bilancio preventivo 2020**

Non è stato discusso il bilancio preventivo del piano marketing 2020, posticipando la discussione durante l'Assemblea Generale dei Soci, prevista per il 19 febbraio 2020, a fronte delle attività che

saranno condivise nel punto successivo e che, una volta approvate comporteranno voci di spesa certe da approvarsi in sede di Assemblea.

3. Piano delle attività 2020

MGP presenta la proposta del piano marketing per il 2020 (Allegato 2).

a. Riguardo la proposta di realizzare una **survey sul mercato** di riferimento per il Consorzio si conviene che la proposta sia interessante ma che debbano essere analizzato attentamente le tipologie di aziende da coinvolgere nella survey. MGP si impegna a condividere con il board i criteri di selezione delle aziende in modo da poter ottenere risultati attendibili.
I risultati di tale survey verranno poi distribuiti a tutti i soci sotto forma di abstract e saranno invece resi disponibili nel dettaglio alle aziende aderiranno alla realizzazione della survey (è previsto un pagamento che sarà inserito nel piano marketing e presentata in Assemblea).

b. Proseguendo con la presentazione MGP osserva come, per ottimizzare la proposta di attività di marketing e comunicazione sia utile, se non necessario, ricevere un feedback da parte di tutti i soci su quelli che sono i desiderata e gli obiettivi per il 2020.
A tal proposito verrà inviato una survey interna a tutti i soci (a tutti i contatti attualmente in possesso della segreteria) per poter capire meglio le aspettative di ognuno e avviare così attività di marketing che possano meglio soddisfare tali aspettative.

c. MGP osserva come la scelta della possibile sede del **Main event** possa essere subordinata ai risultati della survey sui soci. La data potrebbe essere a settembre-ottobre 2020.
Nasce la richiesta di alcuni membri del board di poter valutare la possibilità di realizzare tale evento nella prima metà dell'anno. Al termine della discussione si conviene che risulta comunque difficile organizzarlo ad inizio anno e si considera quindi come data ipotetica settembre-ottobre 2020. Comunque sia, anche a valle della survey interna, tale argomento verrà ripreso e discusso anche in sede di Assemblea e se si deciderà di effettuarlo prima ci si organizzerà per poterlo realizzare al meglio.

d. Relativamente alla proposta di attivare un monitoraggio per la selezione di bandi e progetti di finanza agevolata, PC conferma che il CSMT dispone di un monitoraggio di bandi e finanza agevolata.

e. In base agli accordi presa dalla precedente agenzia con Messe Frankfurt, il Consorzio parteciperà alla fiera SPS di Parma con uno stand di 120mq.

È parere comune che tale superficie risulti essere probabilmente troppo grande rispetto alle attuali esigenze del Consorzio. Ciò nonostante, considerando anche l'ottimo posizionamento dello stand, si decide di cercare di trovare una soluzione per sfruttare al meglio tali spazi e di valutare per l'anno successivo una metratura inferiore.
MGP studierà una proposta per poter sfruttare l'area e cercare di renderla partecipata, con la presenza del maggior numero di persone possibili.

Alcune delle ipotesi emerse per meglio sfruttare l'area sono:

- vendere parte dello stand a soci di piccole dimensioni che potrebbero essere interessati ad avere un proprio stand in fiera;
- realizzare un'area dove poter svolgere workshop o presentazioni durante le 3 giornate;
- creare delle aree per incontri B2B tra le aziende socie ed i propri clienti e/o partners.

Riguardo gli **altri eventi/fiere** inseriti nel piano marketing si discute delle possibili presenze del consorzio alle singole manifestazioni e si decide per alcuni eventi che verranno presentati in sede di assemblea.

f. Per la conferenza stampa, che si terrà il 19 febbraio 2020 alle ore 11:30, prima dell'Assemblea Generale dei Soci, nella quale presenzierà il Presidente, sarà realizzata una cartella stampa dedicata. In particolare, è stato deciso che il comunicato stampa non divulgherà alcun dato di mercato e relativo alle vendite in quanto saranno poi oggetto della presentazione che sarà fatta ad Hannover dal Consorzio International.

g. La sezione dedicata alle Relazioni Pubbliche e alle Relazioni Istituzionali è stata introdotta come novità nel piano marketing 2020, in quanto in passato non è stata sviluppata una vera e propria attività di PR. MGP si pone tra gli obiettivi quello di poter presentare un rappresentante del Consorzio come facente parte del comitato scientifico delle principali fiere di settore.

h. L'attività di invio di DEM e SuperDEM, sono programmabili se si raggiunge l'acquisto degli spazi da almeno 4-5 aziende consorziate. In passato i database da utilizzarsi per la spedizione sono stati acquistati soltanto da FIERA MILANO.

i. Come chiusura della presentazione, MGP propone una tabella riassuntiva delle KPI divise per attività del piano marketing, condividendo quindi con il CdA obiettivi, target e criteri di rendicontazione e misurabilità delle stesse. Chiede inoltre di condividere delle KPI per l'attività di segreteria e le altre attività previste nel contratto ma non soggette ad una valutazione oggettiva.

Non essendo emerse altre richieste di chiarimento o approfondimento rispetto a quanto indicato nell'agenda, la riunione termina alle ore 19:15.

Milano, 5 febbraio 2020

Il presidente
Giorgio Santandrea

Il segretario
Isabel Pepe