



Unione Nazionale Cantieri Industrie Nautiche ed Affini

UCINA

La Carta dei Valori UCINA



Documento approvato dall'Assemblea Soci del 15 Maggio 2009

Premessa

Perché una Carta dei Valori

UCINA attraverso la rappresentanza degli interessi, attraverso i servizi e anche tramite l'identità collettiva che esprime, richiama alcuni fondamentali valori condivisi che producono valore aggiunto associativo e che sono il motivo dello stare insieme. Come l'azienda mira a sviluppare una catena del valore aziendale, così l'associazionismo d'impresa può sviluppare una catena del valore associativo.

Il futuro si presenta con crescenti elementi di *complessità*, con condizioni di competitività più stringenti. Quanto più il contesto è complesso, tanto più le regole e i codici di comportamento devono diventare più rigorosi, al fine di prevenire pratiche devianti.

Per questo l'Associazione vuole promuovere una Carta dei Valori UCINA, a copertura dei principi che ritiene fondativi della sua attività e della sua specificità, tale da meritare una particolare attenzione alla dimensione etica, che riguarda il futuro delle nostre imprese.

La Carta dei Valori UCINA ha molteplici obiettivi:

- serve ad esplicitare i valori condivisi;
- intende affiancare Statuto e Codice Etico;
- mutua i valori dell'impresa e li declina all'interno di un sistema associativo complesso;
- sceglie tra i valori possibili quelli che possono accompagnare l'Associazione nel medio-lungo periodo più che nell'immediato.

1. La visione UCINA dei valori e dell'etica

UCINA intende interpretare i valori in senso non ideologico e ritiene di dover promuovere un insieme di valori che siano funzionali all'attività delle aziende Associate, tali da sostenere la competitività del loro business. La violazione dei valori che UCINA vuole perseguire renderà più precario il futuro della nautica da diporto.

I valori sono una componente fondamentale della cultura d'impresa; sono un sostegno e una legittimazione della competenza distintiva e dell'identità competitiva. I valori che UCINA va ad esplicitare intendono definire il confine tra il giusto e l'ingiusto dello stare insieme dentro l'Associazione, per consentire la continuità e lo sviluppo delle aziende Associate.

UCINA intende quindi delineare un'etica, che *conviene* e perché *conviene* al sistema e al futuro della nautica da diporto.



2. La specificità della nautica da diporto e di UCINA

1. La *nautica* è un business "di filiera", anzi "di net-work". Il business - e UCINA - non aggrega solo chi *produce*, ma diversi attori della "catena del valore": delle materie prime, alla componentistica, ai produttori, agli accessoristi, ai distributori, ai gestori di porti e di servizi, agli utenti e fruitori. Tutti questi operatori fanno la nautica da *diporto*, nelle loro relazioni interdipendenti, e contribuiscono alla catena del valore; i loro comportamenti incidono sulla comunità degli altri.
2. La *nautica* è un business che ha - anche all'esterno di UCINA - molti "stakeholders"; in ambito industriale, in ambito sociale, in ambito politico, nella società civile. Intorno alla nautica convergono "interessi" industriali, economici, culturali. UCINA conduce progetti strategici che riguardano la portualità, la difesa del territorio, l'educazione dei giovani, il turismo, la cultura del mare, la responsabilità sociale. Intorno alla *nautica* converge una ampia "responsabilità sociale" che deve essere riferimento consapevole dei comportamenti imprenditoriali.
3. UCINA a differenza di altre Associazioni Industriali di Categoria, non si riconosce e non è contraddistinta dalla tecnologia di prodotto e/o di processo. La nautica da diporto è un settore che pensa e opera avendo in mente la "funzione" e la "destinazione" dei propri prodotti e servizi.
4. Il mare è da sempre un bene comune, un contesto in cui la sopravvivenza di tutte le sue componenti ha bisogno di essere garantita, un bene che unisce piuttosto che dividere. Proprio per questo si sente il bisogno di regole di comportamento e di valori esplicitati piuttosto che interiorizzati. Il mare rappresenta da sempre una grande opportunità; per preservarlo e sfruttarlo bisogna rendere ogni uso che lo riguardi eco-sostenibile.
5. Da sempre esiste un "codice del mare", proprio perché il mare, da sempre, è stata una grande opportunità, ma anche una grande minaccia e rischio. Da sempre si è sentito il bisogno, in questo contesto, di regole di comportamento e di un insieme di valori rigorosi e interiorizzati.
Il mare è da sempre un bene comune da tutelare e proteggere; ma anche un contesto in cui la sopravvivenza di tutti ha bisogno di essere garantita.

3. I valori delle regole

1. Sicurezza

La sicurezza è il primo *valore* da promuovere, tutelare, rispettare. La sicurezza è per UCINA un pre-requisito, un valore "cogente". UCINA vuole una nautica sicura, in quanto il mare espone a rischi. UCINA vuole la sicurezza in cantiere e del lavoro. UCINA vuole la sicurezza del prodotto, in tutte le sue componenti. UCINA vuole la sicurezza nell'esercizio, nell'uso del prodotto, e nella competenza di chi lo adopera e lo gestisce. La sicurezza non ha alcun "trade-off": il rischio accettabile è "zero". La sicurezza è un valore che gli Associati devono interiorizzare, al di là delle normative di legge e delle responsabilità legali, come componente culturale dello stare insieme in UCINA.

2. Ambiente

La tutela dell'ambiente è il secondo *valore* da promuovere - che pure ha caratteristiche oggi di pre-requisito e di valore "cogente". La nautica si muove in un ambiente "fragile": di questo UCINA deve essere consapevole. UCINA vuole la tutela dell'ambiente in acqua, in terra in aria. UCINA vuole la tutela dell'ambiente lungo tutta la filiera - dalle materie prime al prodotto finito; dal prodotto finito al suo esercizio e uso; lungo tutto l'arco della vita del prodotto. UCINA vuole una nautica eco-compatibile. La tutela dell'ambiente è un valore che condiziona la vita futura del business della nautica.

3. Le regole

Al di là del *valore* della sicurezza e della tutela dell'ambiente, lo scenario in cui il settore opera vede un crescente numero di norme regolatrici dell'attività di impresa. UCINA vuole operare nel pieno rispetto delle norme e delle regole. UCINA vuole conseguire risultati di competitività, senza scorciatoie e senza compromessi, e gli Associati Ucina si impegnano ad operare con modelli di gestione imprenditoriale rispettosi delle regole, dalla "governance", alla tutela della salute, al rispetto delle norme amministrative e delle norme civilistiche e fiscali che regolano la tenuta della contabilità e la redazione del bilancio d'impresa.

4. La qualità

La qualità è un *valore* di UCINA, e deve esserlo per le singole imprese Associate. La qualità del prodotto, del processo produttivo, del servizio. La qualità tecnica, la qualità erogata, la qualità percepita dal cliente. La qualità del sistema della nautica italiana è un patrimonio comune che si traduce nel valore del "marchio", nell'affidabilità e nella attrattività della nautica italiana. La mancata qualità danneggia tutti. La qualità è un *valore* di UCINA anche nel suo modello organizzativo: l'ascolto, il rispetto della conoscenza, la ricerca di dati e fatti, il metodo, il coinvolgimento delle persone, il miglioramento continuo, sono principi positivi condivisi.

4. I valori sociali

1. Fare sistema

Il business della nautica da diporto - come detto - è un sistema. Il business della nautica da diporto prospera e si sviluppa "facendo sistema": tra le proprie imprese prima, e all'esterno dopo. Fare sistema fra le aziende è una opportunità per allungare la catena del valore. Fare sistema all'esterno è una opportunità: con gli operatori di infrastrutture, con gli organi regolatori, con il sistema finanziario, con gli operatori di turismo, sport, servizi, con il sistema politico. UCINA assume come *valore* il fare sistema industriale prima, e il fare sistema globale dopo, riconoscendo l'interdipendenza degli obiettivi e degli interessi, tra tutti gli operatori.

2. La responsabilità sociale

Parallelamente al "fare sistema" UCINA riconosce il valore della "responsabilità" sociale, la *nautica* vive, interagisce, trae benefici, nello scambio con diversi "stake-holders": nella comunità industriale, nella comunità sociale e civile, nelle relazioni istituzionali. Per gli operatori della nautica gli stake-holders sono azionisti, fornitori, dipendenti, clienti; ma lo sono anche le istituzioni del territorio italiano e internazionale, le comunità, l'ambiente. UCINA assume come *valore* la soddisfazione di tutti i suoi stake-holders, lo scambio di benefici materiali e immateriali per tutti i suoi interlocutori, la responsabilità sociale nel suo insieme.

3. L'Integrazione clienti - fornitori

In UCINA esistono strutturalmente stretti rapporti tra gli Associati esterni di fornitori e clienti. È un *valore* sviluppare processi di integrazione e legami di fiducia in tutti i rapporti tra clienti e fornitori.

Per sostenere questo *valore* UCINA e le aziende Associate vogliono assicurare:

- il pieno rispetto delle relazioni e degli impegni contrattuali
- la ricerca di processi operativi sinergici (per i processi di qualità, di logistica etc)
- lo sviluppo di partnership
(in particolare di co-development tecnico-tecnologico).

Le relazioni di “partnership” nella relazione cliente-fornitore sono fonti di competitività e di redditività per entrambi.

4. Collaborazione pre-competitiva

UCINA comprende varie tipologie di Associati: poche grandi aziende, alcune medie aziende, molte piccole-medie aziende.

Peraltro la crescita del sistema industriale della nautica da diporto passa attraverso il contributo positivo della continuità e della competitività di grandi-medie-piccole imprese, che hanno all'interno del Sistema pari dignità.

Il riconoscimento della differenza è fonte di benessere, autorevolezza, rappresentatività del sistema industriale della nautica da diporto.

Un *valore* sta quindi nella ricerca di sinergie tra le imprese Associate: competere e collaborare insieme è un *valore*.

Per questo UCINA intende ricercare ogni forma di collaborazione pre-competitiva: lo sviluppo di sinergie - economie di scala e di competenza, a monte; specificità e focalizzazione, differenziazione competitiva a valle.

Esse rappresentano fonti di sana competitività e di crescita del Sistema.



5. I valori di business

1. La *Italianità*

L'*industria* nautica italiana ha avuto successo proprio perché fondata su una specifica identità competitiva: la “Italianità”.

Questa identità competitiva si è costruita sul design, sullo stile, ma anche sulle antiche competenze artigianali, sull'ingegno dell'innovazione, sulla tecnologia, sui tradizionali saperi e sui valori di una consolidata cultura del mare.

Una cultura del mare e un'industria che si sono sviluppate in Italia anche grazie al contributo delle aziende commerciali che con i propri modelli di distribuzione e le proprie reti di assistenza nazionali hanno saputo completare l'offerta di servizi, interpretare le esigenze dell'utenza contribuendo significativamente a valorizzare il mercato della nautica italiana.

Il business della nautica deve seguire le logiche della globalizzazione dei mercati, le scelte di delocalizzazione delle fonti produttive; ma deve mantenere eccellenza e leadership, rimanendo fedele alle sue radici di “Italianità”. La sua identità, il suo differenziale competitivo, la sua distintività ed esclusività, il valore del suo marchio sono legati al valore dell'“Italianità” sia del “made in Italy”, sia del “pensato - progettato in Italia”.

Il valore dell'*Italianità* è un valore di UCINA.

2. L'innovazione

La competitività della Nautica Italiana è sostenuta dal valore dell'innovazione. UCINA vuole cercare il valore aggiunto dei prodotti-servizi, attraverso la differenziazione.

Questo significa interpretare la missione e la visione UCINA - oltre che nella “Italianità” - nella ricerca costante di innovazione tecnologica, di prodotto, di processo, servizio, distribuzione, organizzazione.

UCINA vuole sostenere il *valore* della ricerca.

3. La sostenibilità

Un *valore* è l'orientamento alla sostenibilità, sia come modello di impresa, sia come modello di Associazione.

Il settore deve perseguire risultati commerciali ed economici ma tali da assicurare stabilità e continuità nel tempo. Deve perseguire una gestione per il conseguimento di risultati di breve, purché siano perseguiti con modalità che li rendono sostenibili nel medio-lungo periodo.

Un *valore* di UCINA è la “generazione di valore” lungo tutti i processi operativi, organizzativi, istituzionali.

4. Il “capitale umano”

Il business della nautica da diporto è “knowledge intensive”: ad alta intensità di conoscenza e di competenza. UCINA considera un valore la coltivazione del capitale umano, l'accumulo e la diffusione della conoscenza e della competenza.

UCINA si impegna a sostenere il *valore* dello scambio e della condivisione del sapere, come patrimonio comune di tutti gli operatori del settore.



Progetto Grafico

www.FIRMA.it 
art: Bruna Arena

Finito di stampare
nel febbraio 2010
da ALGRAPHY, Genova

