



AmapoLaB

*per l'impresa globale
con la comunità locale*



PARTIAMO DA QUI

*Le imprese votate alla crescita sono quelle che hanno **relazioni positive** con il **territorio** dove sono insediate e con le relative **comunità**. Relazioni trasparenti, aperte, proattive.*

*Solo la **conoscenza profonda** delle **possibilità** e dei **bisogni** di ogni singolo luogo permette di impostare uno sviluppo che tenga assieme le ragioni dell'**economia**, dell'**ambiente** e di chi abita il **territorio**.*





COS'È

Amapo**LaB** è una *cassetta degli attrezzi* composta di **strumenti di ascolto e comunicazione** destinato all'impresa che intende **mettere a valore tutte le potenzialità che il territorio offre.**

Amapo**LaB** è un **tool operativo** che dà **concretezza** a una visione strategica di medio-lungo periodo.





PERCHÉ

La costruzione di relazioni positive con territorio e comunità conduce a **una serie di vantaggi per tutti i soggetti coinvolti:**

- A. per l'impresa** che, riconosciuta interlocutore e attore sociale, sarà oggetto di attenzione, proattività e disponibilità da parte di istituzioni, persone, dipendenti, corpi intermedi
 - I. nelle scelte di governo e sviluppo del territorio
 - II. nella capacità di attrarre i talenti espressi dalla comunità.

- B. per la comunità** attorno all'impresa che da essa trarrà occupazione, ricchezza, sussidiarietà, attenzione ai bisogni.





A CHI SI RIVOLGE

AmapoLaB è adatto a imprese private e pubbliche che:

- A. hanno un **impatto “oggettivo”** sul territorio, ambientale o sociale
- B. desiderano **“occuparsi” del territorio** in cui operano, per valorizzarlo e per trarne valore
- C. cominciano a operare in un **nuovo territorio** o desiderano migliorare le relazioni in vista di **futuri sviluppi**.





VANTAGGI PER LE IMPRESE

Nelle relazioni con la comunità

- A. Disintermediare i rapporti per **ascoltare e comprendere** a fondo il territorio
- B. Costruire relazioni trasparenti, generando «**opinione pubblica positiva**», senza subirla
- C. Sentirsi **parte della comunità**, valorizzando i propri contributi in termini di lavoro, ricchezza, opportunità, trasferimento di competenze
- D. Riuscire a realizzare i propri progetti insieme alla comunità e diventare **valore condiviso** per il territorio
- E. Attrarre i **talenti** presenti sul territorio
- F. Creare le condizioni sociali, e di contesto, per il **raggiungimento dei propri obiettivi**





VANTAGGI PER LE IMPRESE

Nel marketing territoriale

- A. Progettare **azioni innovative** di marketing, “ingaggiando” direttamente i diversi attori del territorio
- B. Far vivere il territorio come **parte integrante del «racconto»** della propria impresa
- C. Valorizzare i **rapporti umani** e le relazioni con le singole persone per favorire un **clima di fiducia e stima** anche in ambito commerciale.





GLI STRUMENTI

AmapoLaB è un percorso di gestione delle relazioni e di coinvolgimento di comunità e territori. Come tale, **mette al centro il contatto diretto tra cittadinanza e impresa.**

Il contatto, sempre mediato dagli specialisti Amapola, può avere diversi obiettivi e può assumere forme e durata differenti.





GLI STRUMENTI

Laboratori: l'impresa incontra la cittadinanza e, in un ambiente amichevole e progettuale, affronta i temi importanti per la comunità e discute su come l'impresa interagisca (o come possa farlo) con essi.

Il risultato è promuovere politiche di sviluppo condivise, nel rispetto dei reciproci ruoli e obiettivi.

Eventi: fabbriche aperte/open day, convegni, tavole rotonde. L'apertura dell'impresa equivale a togliere veli protettivi che spesso sono recepiti come ostacoli alla trasparenza. L'impresa, come un parco da visitare, è invece uno spazio ricco di conoscenze, di professionalità, di passione. Uno spazio che, oltre a generare valore, produce cultura, radicamento, opportunità, storia, tradizioni.





GLI STRUMENTI

Incontri con i media: i media locali – online, radio, stampa, tv – godono ancora di grande attenzione da parte dei cittadini. Il giornalista va dunque considerato come un interlocutore indispensabile con il quale aprire un dialogo trasparente e alla pari.

“Godere di buona stampa” è frutto, anch’esso, di relazioni costruttive, del riconoscimento del valore dei media e del loro coinvolgimento.





GLI STRUMENTI

Formazione: affrontare alcuni temi e aprirsi alle persone non è sempre facile. Quando un imprenditore o un manager apre le porte della propria impresa è come se aprisse le porte di casa sua.

Amapo**LaB** garantisce un supporto efficace per governare i momenti di apertura e muoversi con destrezza nei momenti critici. La formazione è tecnica ed è personalizzata sulle singole esigenze e l'industria di appartenenza: ascolto strutturato, media training, public speaking, crisis training, social media strategy.





GLI STRUMENTI

Know-Wow: la trasparenza, oggi, passa anche dalle piattaforme digitali. Amapola ne ha progettata e realizzata una, Know-wow, focalizzata sul *knowledge management*. Quando si affrontano cambiamenti, occorre che le modalità, le informazioni, le pratiche siano conosciute e accettate da tutti. Know-Wow consente proprio questo. Ed è efficace per gestire e approfondire le relazioni con il territorio.

Scopri di più www.know-wow.it

Mobile solutions: per lo sviluppo di applicazioni digitali che facilitino il rapporto impresa-territorio, Amapola si avvale del supporto dei principali player nazionali nello sviluppo di applicazioni mobili, in ambito B2C e B2B.





CASE STUDY: IL SOLVAY LAB

L'applicazione del progetto AmapoLaB presso il più grande stabilimento chimico in Italia del Gruppo multinazionale Solvay

[Qui la Case History dell'impianto Solvay di Spinetta Marengo \(AL\)](#)

BEST PRACTICE INTERNAZIONALE: inserito nel [Solvay Annual Report 2014](#), un riconoscimento ufficiale [per il contributo di eccellenza fornito alle strategie di CSR della multinazionale](#), presente in 52 paesi con oltre 100 siti e 26mila dipendenti.





CASE STUDY: IL SOLVAY LAB



SUCCESSO LOCALE DALLA VOCE DEI CITTADINI:

«Con il LAB, Solvay ha dimostrato sensibilità nei nostri confronti e voglia di ascoltare le nostre opinioni ed esigenze»

«Ero scettica, ora ho grande fiducia nel progetto: continuerò a partecipare ai Laboratori, per affrontare le tematiche che possono emergere di volta in volta: oggi la sostenibilità ambientale, domani i progetti di sviluppo e l'occupazione...»

UNA SFIDA CHE CONTINUA:

1 anno di lavoro

5 incontri

30 cittadini in un unico panel

150 questionari compilati e analizzati

5 presentazioni [on line](#) aperte a tutti



*“Transparency and dialogue
forge trust”*