



UMBRA GROUP

MISSION



La nostra Mission nasce dal desiderio di essere Partner per la realizzazione di un progetto comune.

*L'obiettivo è quello di: "Essere per il Cliente **IL** fornitore di viti a sfere, cuscinetti, attuatori e componenti destinati a mercati ad alta tecnologia.*

Valorizziamo ciascun Cliente per realizzare insieme la soluzione migliore."



“Agile Passionate Partner Revolutionizing Motion Solutions”



UMBRA GROUP

umbragroup.com

UmbraGroup proprietary information

VALORI

FIRST

L'acronimo FIRST racchiude i nostri valori e rispecchia i motivi per cui i clienti ci scelgono ogni giorno come il loro Partner.

FOCUS SUL CLIENTE

INNOVAZIONE

RISPETTO

SVILUPPO SOCIALE

TUTTI PER UN OBIETTIVO

AZIENDE DEL GRUPPO



UMBRA CUSCINETTI Inc.

*Everett (WA) - USA
Ingranaggi, tubi di torsione*



*KUHN PRÄZISIONSSPINDELN
und GEWINDETECHNIK GmbH*

*Freiberg (Germany)
Viti a ricircolo di sfere*

UMBRA CUSCINETTI S.p.A.

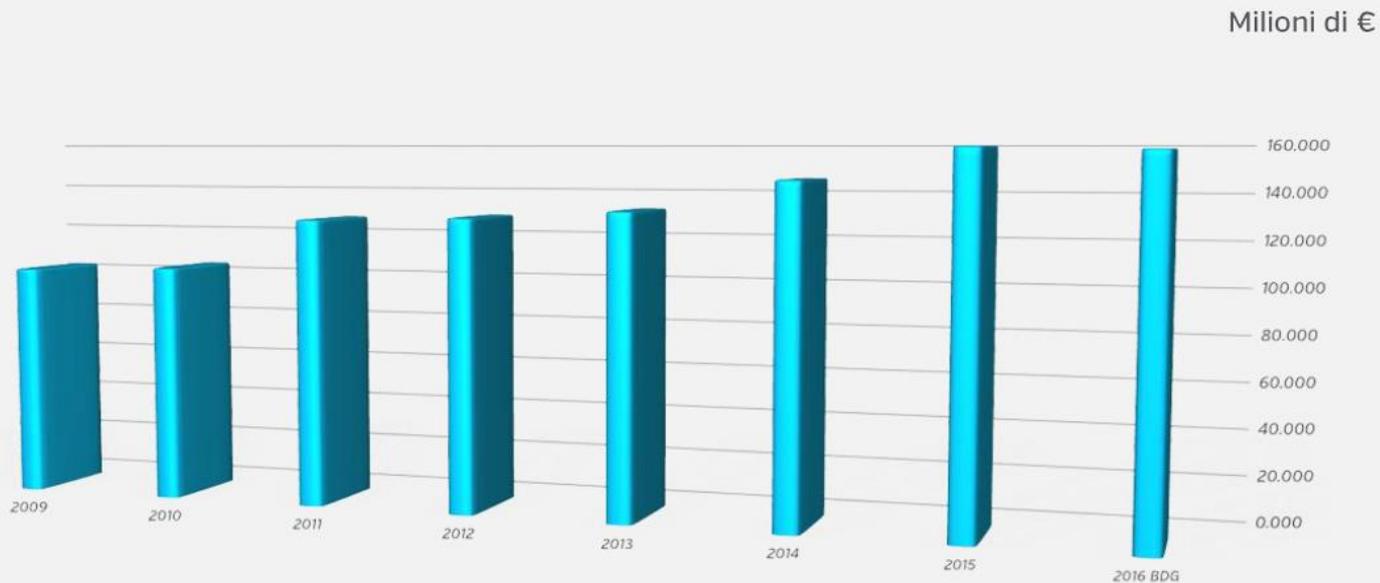
*Foligno (PG)
Viti a ricircolo di sfere, attuatori, cuscinetti,
elettromandrini
e teste di fresatura*

PRÄZISIONSKUGELN ELTMANN GmbH
*Eltmann (Germany)
Sfere*

UMBRA CUSCINETTI S.p.A.
*Albanella (SA)
Centro di Ricerca*

VENDITE

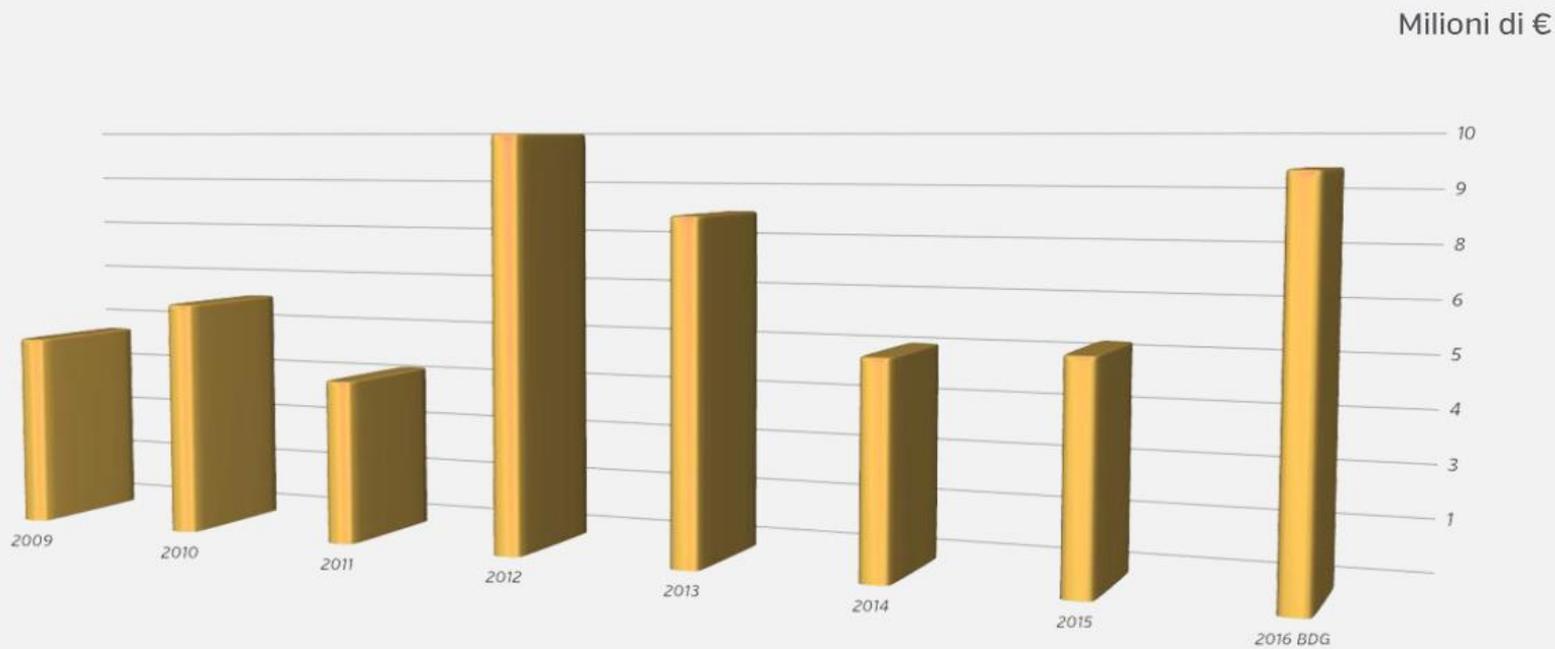
Aumento delle vendite. Il risultato di una vision globale.



Cambio €/€=1,35

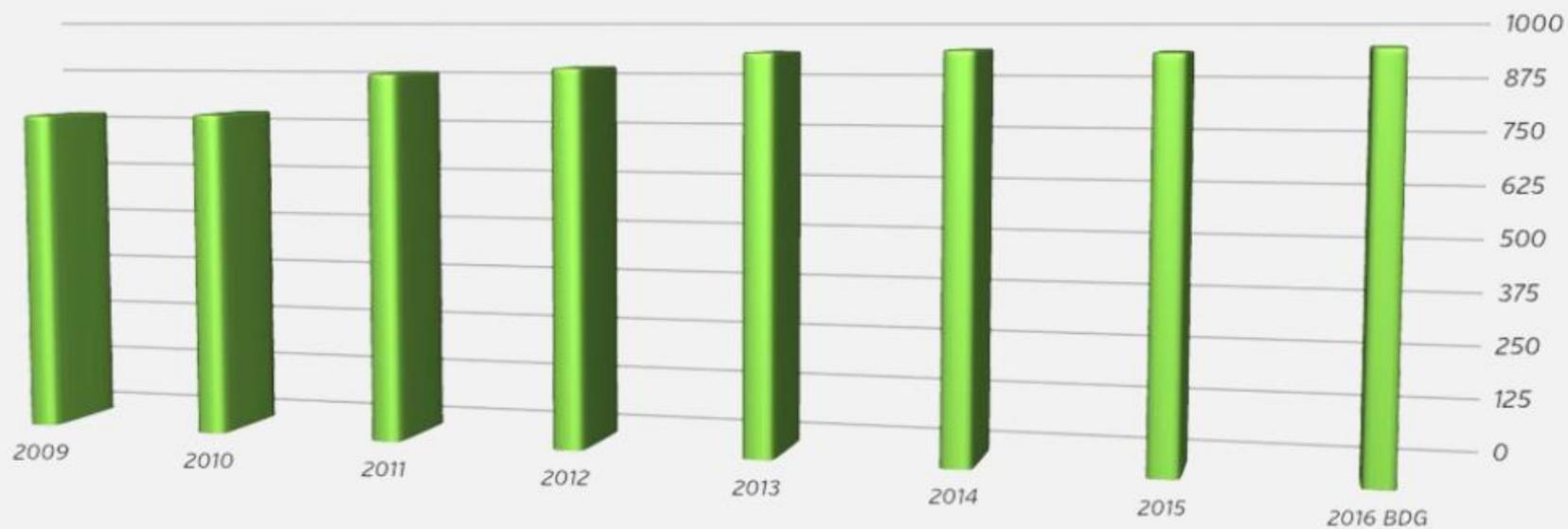
INVESTIMENTI

Nuovi investimenti. Per continuare ad espandersi



COLLABORATORI

Risorse umane. Una famiglia che continua a crescere.



LEADERSHIP

2014 - Avvicendamento del vertice con nuovo AD che ha voluto ricomporre la situazione di leadership a livello globale.

Per fare questo si è appoggiato ad una società Americana: “Route 2” la quale ha suggerito un approccio così strutturato:

- ➔ *ASSESSMENT (la persona giusta al posto giusto)*
- ➔ *FORMAZIONE IN AULA*

Dal 2014 sono stati organizzati 3 incontri formali, i quali hanno coinvolto tutti coloro che rivestono ruoli apicali all'interno del gruppo.

- ➔ *Seattle (2014)*
- ➔ *Centro di Ricerca Albanella (2015)*
- ➔ *Foligno (2016)*

MODELLO DI LEADERSHIP

Un modello di leadership è necessario quando vuoi essere leader nel mercato in cui operi.

Oltre un certo livello, la differenza non è fatta più dalle tecnologie (che sono relativamente “facili” da implementare) bensì dal “fattore umano”.

Antonio Baldaccini, CEO UmbraGroup.

MODELLO DI LEADERSHIP

Chiarezza

Le persone riescono a rispondere fiduciosamente a queste domande:

«Dove stiamo andando e perché?»

«Quali sono le condizioni interne che abbiamo di fronte?»

«Quali sono le nostre capacità interne?»

«Sulla base di questi fattori, che cosa dobbiamo fare e come dobbiamo agire?»

Unità

Le persone hanno chiaro dove sono dirette e sono pienamente d'accordo sul valore di quella direzione e la necessità di lavorare insieme per andare avanti.

La collaborazione è il driver principale per l'unità.

Ognuno ha le necessarie competenze tecniche e soft skills per dare il proprio contributo.

Progetti e strategie vanno di pari passo.

Agilità

La vera agilità non consiste nel puntare il nord il giorno e l'est il giorno dopo; questa è incertezza.

Agilità consiste nel puntare sempre a nord, ma essendo disposti ad usare le vele il giorno ed il motore il giorno dopo, in base a quello che richiedono le condizioni.

Alcuni leader reagiscono ad un vento sfavorevole dicendo, "Il vento è contro di noi - meglio cambiare corso" (incertezza), è più giusto dire, «Il vento è contro di noi, sfruttiamolo a nostro favore in modo che possiamo andare avanti" (agilità).

PRATICHE DI LEADERSHIP CHE AUMENTANO CHIAREZZA, UNITA' ED AGILITA'.

- ⇒ *Dichiarare le strategie: Una strategia è viva quando è definita, chiara e ben compresa da tutti gli stakeholders.*
- ⇒ *Guidare le iniziative: Nessuna iniziativa è troppo grande. Ognuna di queste può diventare un progetto.*
- ⇒ *Gestire il clima: Il clima è come ci si sente a lavorare in un posto.*
- ⇒ *Coltivare le esperienze: Acquisire le esperienze di dipendenti e collaboratori. Renderle visibili, perfezionarle e sfruttarle in modo che diventino un potente driver di risultati.*

PERCEZIONE UMBRA DEL MODELLO:

Chiarezza

Il gruppo ha lavorato sulla chiarezza.

Con il cambio di AD sono cambiati anche stile di gestione e priorità.

Ad esempio il nuovo AD ha promosso una responsabilizzazione dei manager a discapito di uno “stile paternalistico”.

In primis, questo ha portato ad un disorientamento. Poi si è fatta chiarezza di ruolo, per cui i leader vengono misurati sulle loro performance.



PERCEZIONE UMBRA DEL MODELLO:

Unità

La chiarezza non porta subito all'unità. Le persone vengono messe in "crisi" nei loro ruoli, e sono costrette ad uscire dalla loro "zona di comfort". Tali scelte non devono essere prese sul personale, ma spesso questo accade, e si può arrivare allo scontro. In questi casi si possono avere due tipi di replica all'input:

- ➔ *Reazione di pancia*
- ➔ *Risposta di testa*

Il leader è colui che sa riconoscere la "reazione di pancia", la sa gestire e sa spostarsi sulla "risposta di testa".

Il leader sa promuovere questo meccanismo anche nei propri collaboratori.

PERCEZIONE UMBRA DEL MODELLO:

Have a nice conflict

Per arrivare all'UNITA' a volte si deve passare per il conflitto professionale (nella sua accezione positiva).

Un leader deve promuovere e gestire le conversazioni difficili. Quando le persone escono dalla zona di confort e vanno nel cosiddetto "Challenge" tendono a manifestare la "reazione di pancia" piuttosto che la "risposta di testa".

Nel costruire la fiducia le persone devono condividere il "BANK ACCOUNT OF GOOD FEELINGS".

La differenza tra essere eccellenti ed essere LEADER si coglie nel riuscire a tirare fuori dalle persone quel "quid" in più.

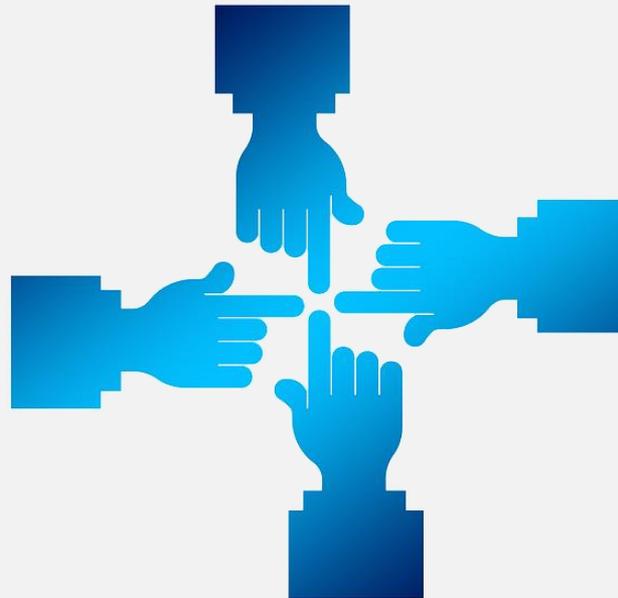
PERCEZIONE UMBRA DEL MODELLO:

Unità

Spesso l'organizzazione assume la cosiddetta forma a «Silos». Questo Sistema ostacola l'unione.

I silos vengono creati in primis dalle persone al vertice.

Il leader deve essere colui che è al servizio delle persone e dell'organizzazione, distruggendo i «Silos».



PERCEZIONE UMBRA DEL MODELLO:

Fine ultimo: AGILITA'

Sei agile quando comunichi con CHIAREZZA. La chiarezza porta all'UNITA' degli intenti e quindi si arriva all'AGILITA'.

Dall'anno scorso lavoriamo sulla nostra vision nella quale è contenuto sia il fattore umano (Passionate) che quello tecnologico (Motion, Solution).

La sfida più grande: essere considerati "Partner" e non solo "Fornitore" (passaggio da "Supplier of Choice" a "Partner").

Vissuto delle tre esperienze:

Come è evoluto il Gruppo:

- ➔ **STOP** *Agire local*
- ➔ **STOP** *Diverse visioni del business (worldwide)*
- ➔ **START** *Candid with care (diretti senza offendere la dignità della persona)*
- ➔ **START** *Piani comuni*
- ➔ **START** *Rimozione delle barriere (religiose, culturali, linguistiche..)*
- ➔ **CONTINUE** *Chiarezza e ascolto*
- ➔ **STOP** *Essere protettivi, ovvero concentrati sulla propria azienda locale*
- ➔ **STOP** *Lamentarsi guardando solo i difetti e considerare che lo status quo sarà sempre lo stesso*
- ➔ **START** *Capire meglio cosa viene richiesto dal mercato. Ma andare anche oltre: non solo assecondare il mercato ma anche guidarlo.*

COSA E' LA LEADERSHIP?

Il leader deve essere colui che è al servizio delle persone e dell'organizzazione (servant leader).

E' colui che riesce ad attrarre e convincere le persone a tradurre la VISIONE in realtà (engagement).

We will know we have a global executive team when we stop talking about where we are from and our cultural differences and only talk about what we have become and where we are going together.

(Randy and Richard, Leadership Event, Albanella 2015).



GRAZIE PER L'ATTENZIONE