

## ASSOCIAZIONI

di Monica Pietrasanta

# NUOVE SFIDE, NUOVE PROSPETTIVE

## NEW CHALLENGES AND NEW PERSPECTIVES

**Abbiamo incontrato due esponenti di FederlegnoArredo, la federazione confindustriale di categoria che, insieme al Cosmit, tiene le fila dello stato dell'arte del settore legno-arredamento. Giovanni Anzani, neopresidente di Assarredo e Patrizia Copat, presidente del Gruppo Cucine, ci hanno illustrato il grande lavoro che l'intero comparto sta compiendo per promuovere la qualità e il design dei prodotti Made in Italy, sia sul mercato nazionale che internazionale.**

*In the run up to the Milan Furniture Fair, we met two members of FederlegnoArredo, the industrial wood furnishings federation which, along with Cosmit, governs the state of the art in wood furnishings. Giovanni Anzani, newly-elected Chairman of Assarredo, and Patrizia Copat, Chairwoman of Gruppo Cucine (Kitchens Group), outlined the enormous amount of work the entire sector is doing to promote quality and design of Italian-made products, both on the national and international market.*

### GIOVANNI ANZANI

Amministratore delegato di Poliform, - azienda di famiglia fondata nel 1970 con i cugini Alberto e Aldo Spinelli, occupandosi principalmente di comunicazione ed organizzazione aziendale - e già consigliere di Assarredo, è stato nominato nel novembre scorso Presidente dell'Associazione. Nata nel 1979 in seno a FederlegnoArredo, Assarredo ha il compito di rappresentare e tutelare le aziende del settore del mobile, promuovendone gli interessi sia a livello nazionale che internazionale. Giovanni Anzani ha approfondito con noi i temi e gli obiettivi intorno ai quali sta lavorando oggi l'Associazione.

**Quali linee di intervento strategiche ha definito nei primi mesi di lavoro in qualità di Presidente di Assarredo?**

Purtroppo sono salito su un treno già in corsa. Sto quindi ancora prendendo le misure delle molte attività dell'Associazione e, facendo già parte del CdA del Cosmit, l'impegno è decisamente oneroso, tenuto conto degli eventi internazionali legati al settore, primi tra tutti i Saloni di Milano, Mosca

e New York. Mi sto muovendo comunque in più direzioni. Uno dei primi obiettivi è la ristrutturazione del sito web di Assarredo, per garantire maggiore visibilità e migliori servizi agli associati. Il sito, oggi solo in italiano, sarà tradotto anche in lingua inglese. Stiamo facendo poi una considerazione sui dati statistici del Gruppo, attualmente composto da più di 700 aziende italiane per un totale di 30.000 addetti, che spaziano dai mobili ai complementi, dal sistema letto alle cucine e al contract. L'obiettivo è quello di migliorare il cosiddetto 'termometro', motivando le aziende associate a compilare ogni 2 mesi apposite schede con i dati aziendali per aiutarci a capire quale sia l'orientamento globale e quindi la giusta direzione da intraprendere.

**Avete nuove proposte per la tutela dei diritti del consumatore?**

Noi parliamo di 'tracciabilità' del prodotto, ovvero della necessità di garantire la qualità del Made in Italy, segnalando materiali, provenienza e luogo di fabbricazione a favore di un vero e proprio certificato Made in Italy 100% che garantisca ad ogni

prodotto la massima trasparenza.

**In che modo promuovete le aziende associate ad Assarredo e come promuovete l'Associazione stessa presso le altre aziende?**

Stiamo mettendo a punto nuove strategie per migliorare i servizi presso gli associati dando loro delle indicazioni 'guida' e sostenendoli con azioni di comunicazione su tutti i principali mercati. Un altro obiettivo è potenziare l'offerta, specialmente nel settore alberghiero. Dobbiamo infatti prima capire le problematiche legate al settore contract, che ha recentemente registrato un calo d'acquisti, e promuoverlo meglio a livello internazionale attraverso la realizzazione di iniziative di più ampio respiro. Stiamo definendo delle strategie per aumentare il numero degli associati. Una volta stabiliti tutti gli obiettivi, vogliamo specializzare delle figure professionali che si rechino di persona nelle aziende ad illustrare i vantaggi di appartenere ad Assarredo.

**Come vi muovete sul piano internazionale ?**

Con il Cosmit, organo partecipato al 100% da FederlegnoArredo Srl che organizza il Salone

Internazionale del Mobile di Milano, cerchiamo di individuare nuovi mercati, di attivare nuovi contatti e costruire quindi rapporti stabili sia tra le aziende sia a livello istituzionale, a favore di un confronto e della comunicazione con altri sistemi-Paese. Sono in atto alcune operazioni per promuovere i prodotti delle aziende associate tramite delegazioni e la presenza nelle principali manifestazioni fieristiche che contribuiscono ad affermare lo stile dell'abitare italiano. Dopo Mosca, New York e Shanghai puntiamo su nuovi mercati come Libia e altri paesi del bacino mediterraneo ed il Sudafrica.

*The Managing Director of Poliform -, a family-run company established in 1970 with his cousins Alberto and Aldo Spinelli, where he mainly handles company communications and organization- is a former board member of Assarredo, and last November was nominated Chairman of the Association. Established by the members of FederlegnoArredo in 1979, Assarredo has the task of representing and safeguarding companies in the furniture sector by promoting their interests on a national and international scale. Giovanni Anzani examined with us the areas and objectives which the Association is working on.*

**Which strategic areas have you decided need working on during these first few months of your work as Chairman of Assarredo?**

*Unfortunately when I came onboard, the train was already moving fast. So I am still trying to find my bearings in the Association's*

*numerous activities. Being that I am already a member of Cosmit's Board of Directors, it is a major commitment, not least if you take into account all the international events for this sector, chief amongst which are the Furniture Fairs of Milan, Moscow and New York. In any case though I am moving in a number of directions. One of my first goals is to restructure Assarredo's website to guarantee greater visibility and provide better services to members. The website, which at present is only in Italian, will also be translated into English. We are also working on the statistics of the Group, which currently comprises more than 700 Italian companies with a total of 30,000 workers, ranging from furniture to accessories, from bedrooms to kitchens and contract work. The aim is to improve what we call the "thermometer", encouraging member companies to fill out the relevant forms every 2 months, supplying company details to help us understand their global orientation, and what the right direction is.*

**Do you have any new proposals for protecting consumer rights?**

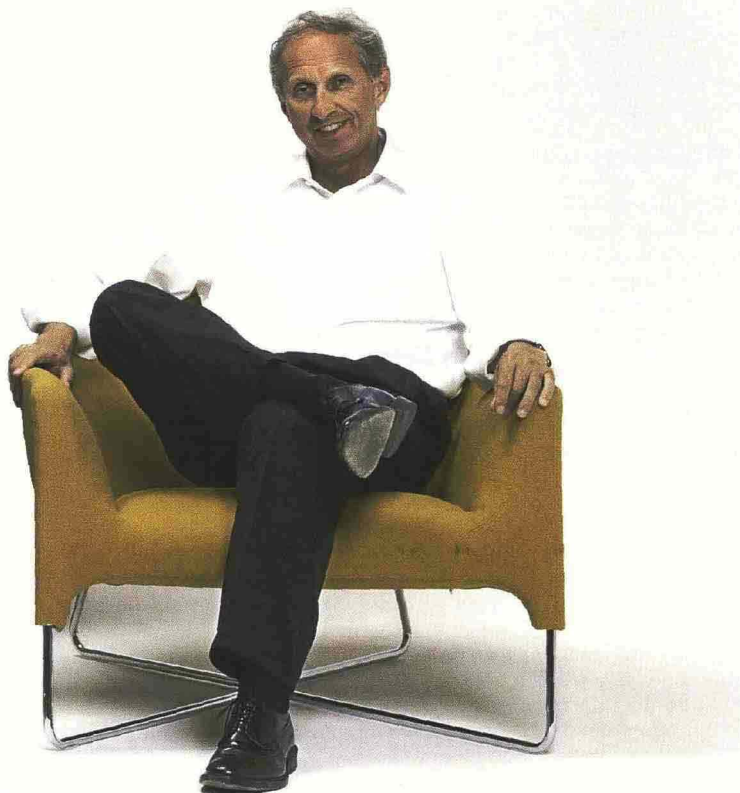
*We talk about the "traceability" of the product; we need to guarantee the quality of Italian-made products, indicating the materials used, the origin and the place of manufacture, so that we have a proper 100% Made in Italy certificate which guarantees the greatest transparency for each product.*

**How do you go about promoting companies that are members of Assarredo, and how do you promote the Association itself with other companies?**

*We are developing new strategies to improve services for members by giving them "guidelines" and supporting them with advertising on all the main markets. Another objective involves increasing what's on offer, particularly in the hotel sector. In fact we first need to understand the issues involved in the contract sector, which recently recorded a drop in sales, and to promote it better internationally by staging initiatives with a wider scope. We are defining strategies for increasing the number of members. Once all the objectives have been defined, we want to have a number of specialist professionals who can go to companies in person and outline all the advantages of being a member of Assarredo.*

**What are you doing on an international level?**

*Together with Cosmit, an organisation 100% owned by FederlegnoArredo Srl which organises Milan's International Furniture Fair; we are attempting to identify new markets, to attract new contracts and therefore to build stable links between companies as well as on an institutional level, and to promote dialogue and communication with other country-systems. A number of operations are underway to promote the products of member companies through delegations and maintain a presence in the main fairs, which all help the style of Italian living to leave its mark. Following Moscow, New York and Shanghai, we are aiming at new markets such as Libya and other countries around the Mediterranean, as well as South Africa.*



**Qui accanto, Giovanni Anzani, neopresidente di Assarredo.**

**Left, Giovanni Anzani, newly-elected Chairman of Assarredo.**



## PATRIZIA COPAT

Presidente del Gruppo Cucine di Assarredo-FederlegnoArredo dal maggio 2008, Patrizia Copat, marketing manager di Copat, punta la sua 'mission' sul massimo coinvolgimento degli associati per favorire una serie di iniziative volte a rilanciare il comparto cucine sia a livello nazionale che internazionale.

### Quale è stata la sua esperienza nell'ambito cucine e come l'aiuta oggi a svolgere questo ruolo?

Ho iniziato a lavorare nell'azienda di famiglia appena terminati gli studi ricoprendo diversi ruoli che mi hanno portato ad acquisire da subito le principali nozioni di mercato nell'ambito della cucina. Oggi ricopro in azienda il ruolo di marketing manager, che mi ha portato ad analizzare e capire da vicino l'intero settore cucine e le esigenze che spingono noi produttori a capire al meglio le esigenze del consumatore finale.

Il ruolo di Presidente del Gruppo Cucine di Assarredo-FederlegnoArredo, che ricopro da maggio 2008, mi ha dato e mi dà a tutt'oggi la possibilità di mettere a frutto l'esperienza maturata e soprattutto a confrontarmi e collaborare con colleghi del settore.

### Che compiti svolge in qualità di Presidente del Gruppo Cucine e con quali priorità?

Dal 2008 ad oggi tra le innovazioni voglio segnalare la costituzione di due Commissioni di lavoro intitolate 'Innoviamole' ed 'Esportiamole'. La prima Commissione è nata con l'obiettivo primario di innovare le aziende, organizzando incontri con esperti e docenti universitari per confronti e riflessioni sulle problematiche industriali, nonché per promuovere un nuovo modo di comunicare, soprattutto attraverso internet. La seconda Commissione è nata invece per rivendicare un posizionamento internazionale della cucina italiana ancora non raggiunto, ma invece pienamente meritato, per qualità, design e contenuto innovativo. Uno dei prossimi passi è tuttavia quello di unificare le due Commissioni perché si sta assottigliando sempre di più la differenza tra le due attività. Si può infatti parlare di innovazione anche in termini di distribuzione all'este-

ro. La seconda novità importante è rappresentata dalla realizzazione di una newsletter intitolata Gruppo Cucine News con la mission di dare maggior visibilità alle attività del Gruppo Cucine. Ogni edizione nasce dagli incontri del Consiglio Direttivo e ha lo scopo di informare tempestivamente sulle novità, il calendario degli appuntamenti e favorire il confronto e il dibattito sui punti più salienti della nostra attività. La prima newsletter risale al marzo 2009. Ne sono seguite altre tre e il risultato è decisamente positivo. Molti infatti sono i contenuti espressi in quanto il nostro Gruppo ha il pregio di incontrarsi spesso e di realizzare riunioni aperte anche ai non associati perché possano vedere da vicino la nostra attività e il nostro impegno.

### Come pensate di allargare la vostra presenza a livello internazionale?

Al momento, insieme alla Commissione 'Esportiamole', stiamo studiando l'individuazione di nuovi mercati nel mondo. La commissione si è assegnata il compito di studiare i nuovi mercati nel mondo per promuovere la nascita di Kitchen District, ritenendo che la presenza di showroom dedicati al prodotto cucina e ad altri collegati, tipo elettrodomestici e arredobagno, possa rappresentare una piattaforma di strategia di marketing adatta a sviluppare azioni di commercializzazione comuni.

### Quali sono le prossime sfide del Gruppo?

Stiamo lavorando a progetti molto importanti ed innovativi. Uno riguarda la volontà di permettere a qualsiasi azienda di settore, non solo ai marchi più importanti, di migliorare lo standard di cucina 'sostenibile' che porta valore alle aziende non solo nell'etichetta ma anche nella sostanza. Un secondo progetto è previsto a livello istituzionale. Stiamo aspirando ad avere un 'tavolo tecnico' permanente nel Ministero, per poter dire sempre la nostra. A questo progetto stiamo lavorando insieme alle aziende di elettrodomestici.

*Chairwoman of the Gruppo Cucine (Kitchens Group) of Assarredo-FederlegnoArredo since May 2008, Patrizia Copat, Marketing Manager for Copat, is aiming for the greatest possible involvement of members to promote a series of initiatives geared towards launching the kitchen sector on both a national and international scale.*

### What experience have you had in the field of kitchens, and how has this helped you carry out this role today?

*I started working in the family company when I finished my studies, and held various roles that enabled me to familiarise myself with the key notions of the market with regard to kitchens. At present I am the Marketing Manager; it is a role that has allowed me to gain a close-up vision of the entire kitchen sector, and to understand the requirements that enable us producers to understand the needs of the end consumer better. The role of Chairwoman of the Kitchens Group of Assarredo-FederlegnoArredo which I have held since May 2008 has given me, and continues to give me, the chance to harness all the experience I have developed, and above all to work with colleagues in the field.*

### What is involved in the work you do as Chairwoman of the Kitchens Group, and what are its priorities?

*From 2008 to the present, the innovations we have implemented include the formation of two Working Commissions entitled "Innoviamole" (Let's Innovate) and "Esportiamole" (Let's Export).*

*The former was formed with the primary aim of bringing innovation into the companies, by organising meetings with experts and university lecturers. The goal was to provide the opportunity to compare notes and thoughts about the industrial problems being faced, and to promote a new way of communicating, above all using Internet. The latter was established to lay claim to an international status for Italian kitchens. Whilst it fully deserves the position for its quality, design and innovative content, it is a position that has yet to be reached. However, one of the next steps will be to bring the two Commissions together, because the difference between the two areas is lessening all the time. In fact we can also say that there have been innovations in terms of foreign distribution. The second important piece of news sees the creation of a newsletter entitled Gruppo Cucine News (Kitchens Group News), whose mission is to increase the visibility of the work done by the Kitchens Group. Each edition is the result of the meetings held by the Board of Directors. Its aim is to provide prompt information about news, the calendar of events, and to encourage debate on the key areas of our work. The first newsletter came out in March 2009. This was followed by three more, and the results proved very positive. In fact the content expressed in the newsletters is varied as our Group meets on a regular basis, and often holds meetings that are also open to non-members, so they can gauge our work and our commitments from up close.*

### How do you think you will go about expanding your presence on an international level?

*At the moment, together with the "Let's Export" Commission, we are working to identify new markets around the globe. The commission has set itself the task of finding new markets so it can promote the arrival of the "Kitchen District". Indeed the commission feels that the presence of showrooms dedicated to the kitchen product and others linked to it, such as electrical appliances and bathroom furnishings, can provide a strategic marketing platform for developing common marketing actions.*

### What are the next challenges the Group is facing?

*We are working on very important, innovative projects. One involves the desire to allow any company working in the field, not just the biggest names, to improve the standard of the "sustainable" kitchen that gives added value to companies, not just on the label but in terms of actual substance. A second project is planned at an institutional level. We hope to have a permanent "technical round table" in the Ministry, so we will always be able to have our say. We are working on this project together with electrical appliance manufacturers.*

[www.federlegno.it](http://www.federlegno.it)

In questa pagina, Patrizia Copat, Presidente del Gruppo Cucine di Assarredo-FederlegnoArredo.

This page, Patrizia Copat, Chairwoman of Gruppo Cucine (Kitchens Group), Assarredo-FederlegnoArredo.