

# ambiente cucinaday 2011

7° INCONTRO  
TRA I PROTAGONISTI DEL MADE IN ITALY

## COMUNICARE VALORE NELL'ERA 2.0

*Social network, web 2.0 in grande espansione, carta stampata in difesa, offerta televisiva sempre più frammentata tra reti nazionali, commerciali e pay TV: per chi produce beni durevoli l'arena competitiva dal punto di vista delle scelte di comunicazione diventa ancora più complessa. E per orientarsi nella nuova giungla dell'informazione cresce il bisogno di competenza da parte del consumatore, tanto più quando approccia l'acquisto di un bene-progetto come la cucina.*

L'esplosione dei social network e del web 2.0 è stato l'elemento di forte discontinuità nelle strategie di comunicazione delle imprese. Il protagonismo del cliente finale sulla scena della comunicazione e dell'informazione, non più solo come fruitore di informazioni ma come creatore delle stesse, aumenta la sua capacità di influenzare le scelte, nello scambio tra utenti, e pone le imprese di fronte a un mutato interlocutore. Ma pone anche una serie di questioni irrisolte: come possono le imprese inserirsi in questo circuito informativo mantenendo una posizione trasparente? Qual è il livello di autorevolezza dei contenuti dei "consumatori-autori"? E quale il rapporto tra media tradizionali, imprese, lettori-utenti? Ambiente Cucina Day, giunto alla settima edizione, propone un percorso che mette al centro alcune riflessioni sul ruolo della comunicazione nella catena del valore, partendo da una disamina delle domande emergenti di informazione, per cercare poi di capire come utilizzare al meglio gli strumenti del web. Concludendo con l'analisi dell'anello finale della catena del valore, che ancora costituisce la fase determinante nel processo di scelta, oggi da ripensare proprio in funzione dei nuovi mezzi di comunicazione: il punto vendita.

1 MARZO 2011 ORE 14-18

IL SOLE 24 ORE SALA COLLINA



GRUPPO 24 ORE

### PROGRAMMA

14.00 Welcome coffee e registrazione partecipanti

14.30 **APERTURA DEI LAVORI**  
Raffaella Razzano, direttore di Ambiente Cucina  
Patrizia Copat, presidente Gruppo Cucine-Assarredo

**INTRODUZIONE E SCENARIO MACROECONOMICO**  
Mattia Losi, direttore editoriale Business Media, Gruppo 24 Ore

### PRIMA SESSIONE

#### INFORMAZIONE E COMUNICAZIONE

**LA DOMANDA DI INFORMAZIONE  
DEL CITTADINO CONSUMATORE**  
Diego Martone, Swg

**IL MARKETING DEL WEB 2.0  
CHE COSA CAMBIA, COME CAMBIA, CHE COSA FARE**  
Gianluca Brugnoli, Ricercatore Indaco  
Facoltà del Design del Politecnico di Milano

**TAVOLA ROTONDA**  
Diego Martone  
Gianluca Brugnoli  
Daniele Prosdocimo (Valcucine)  
Daniele Lago (Lago)  
Milvio Zaccariotto (Mediastudio)

### SECONDA SESSIONE

#### COME CAMBIA IL LUOGO DELLA RELAZIONE

**IL PUNTO VENDITA TRA VALORE PERCEPITO  
E VALORE REALE**  
Paolo Lucchetta, Retail Design srl

**TAVOLA ROTONDA**  
Paolo Lucchetta  
Lorenzo Pascucci (Arredo Più)  
Mario Franzino (BSH elettrodomestici)  
Maurizio Gentili (Scic)

Chiusura dei lavori e Aperitivo

VIA MONTE ROSA 91, MILANO

In collaborazione con

GRUPPO CUCINE  
ASSARREDO  
FEDERLEGNOARREDO



RSVP

Segreteria organizzativa:  
Lorena Villa  
lorena.villa@ilssole24ore.com



login:     
▶ registrati ▶ newsletter  
  
in

# Living24 ambiente cucina

Progetti Contract Tendenze Sostenibilità Mercati Retail Eventi Prodotti Personaggi

Le riviste del mondo Living24

Ambiente Cucina Area Bagno e accessori Casastile us



Intervista

## Intervista a patrizia copat

Per il gruppo cucine di assarredo il 2010 si archivia con un bilancio importante in cui la voce più significativa è rappresentata dagli incentivi, per la prima volta ottenuti dal settore

Per il **Gruppo Cucine di Assarredo** l'anno 2010 si archivia con un bilancio importante in cui la voce più significativa è sicuramente rappresentata dagli incentivi, per la prima volta ottenuti dal settore. «Tirando le somme dell'attività del Gruppo nel 2010» ricorda **Patrizia Copat** che lo presiede «è chiaro che gli incentivi siano stati un successo con molti effetti positivi. Ai primi di novembre i fondi stanziati erano stati esauriti al 98% e questo è il primo dato tangibile che dimostra quanto interesse abbia generato l'iniziativa. Anche se all'inizio parte della distribuzione ha avuto delle difficoltà a capirne i meccanismi e l'iter burocratico, alla fine il nostro settore è stato uno di quelli che hanno beneficiato di più dell'incentivazione. In questo senso speravamo di poter contare anche sui fondi comuni che sono stati riassegnati dal Ministero dello sviluppo economico a partire dal 3 novembre ma altri settori industriali ne hanno beneficiato esaurendoli in un tempo brevissimo. L'aspetto più negativo rimane, però, il fatto che in alcuni casi non siano ancora stati erogati e rimborsati gli incentivi già anticipati dalla distribuzione. Un ritardo che non fa bene a nessuno perché rende meno efficace una grande opportunità».

Come prosegue il dialogo con le istituzioni per il 2011?

«Il dibattito politico attualmente incorso ha rallentato e reso più complesso il dialogo avviato nel 2010 dalla associazione ma sicuramente il filo non si è interrotto. Continueremo a lavorare a fianco di **Ceced**, con cui si è stabilita una preziosa collaborazione, e di **FederlegnoArredo**, perché insieme la nostra voce ha sicuramente più forza. L'obiettivo è di poter portare a termine l'ambizioso progetto di definizione dei parametri per una cucina "eco-sostenibile" e della sua certificazione che aiuterebbe la scelta da parte del consumatore consapevole. Il progetto sta molto a cuore anche a Rosario Messina, presidente di FederlegnoArredo e Giovanni Anzani, presidente di Assarredo, entrambi sensibili ai temi della sostenibilità e a tutti i nuovi scenari che si stanno delineando nel mercato legati proprio alla sostenibilità ambientale in ambito sia nazionale che internazionale. La sfida è doppiamente importante perché con questa iniziativa condivisa possiamo ottenere maggiore attenzione anche all'interno delle istituzioni».

L'esperienza degli incentivi potrebbe ripetersi anche nel 2011?

«Da parte nostra non escludiamo a priori che l'iniziativa si possa ripetere con le stesse modalità del 2010 ma stiamo valutando anche altre forme incentivanti che possano ottenere ancora maggiore riscontro presso i consumatori da lanciare a breve-medio termine, per poi puntare ad obiettivi più importanti con il progetto "cucina eco-sostenibile" attraverso il quale ottenere nel medio-lungo periodo forme di incentivazione più consistenti, come già avvenuto per altri beni durevoli rivolti al rispetto dell'ambiente e al relativo risparmio energetico».

Nel frattempo **FederlegnoArredo comunica i primi bilanci 2010** del comparto che registra un lieve recupero per tutta la filiera, in buona parte sostenuto dal positivo andamento dell'arredamento (+1,9%) e dell'illuminazione (+2,3%), dei comparti che producono componenti come quello dei pannelli e dei semilavorati (+6,4%) e delle altre produzioni a base legno non destinate all'edilizia (+4,7%).