

# ASSOBAGNO

*cresce nel cuore dell'Abitare italiano*

## Editoriale di Elia Vismara:

Transizione.

L'ipotetico rapporto con il futuro.

pag. 78

## Interviste:

Generazioni a confronto

pag. 79

# TRANSIZIONE. L'IPOTETICO RAPPORTO CON IL FUTURO.



**ELIA VISMARA,**  
PRESIDENTE ASSOBAGNO  
DI FEDERLEGNOARREDO

**U**n termine ormai onnipresente nel nostro lessico quotidiano è transizione. Dalla transizione digitale alla transizione ecologica alla transizione energetica alla transizione sociale le nostre esistenze viaggiano, spesso impetuosamente, verso importanti cambiamenti ed evoluzioni che inevitabilmente incideranno sul nostro futuro, a breve o a lungo termine.

Per il settore dell'arredobagno considerate le tante tecnologie che ruotano nella stanza da bagno, la transizione è una sfida molto sentita dalle imprese, che non sta solo nella ricerca e nello sviluppo di innovazioni quanto nel riuscire ad individuare quei percorsi reali e praticabili, insieme agli strumenti da utilizzare, per operare e di conseguenza traghettare gli attuali sistemi verso gli obiettivi desiderati.

Necessità di nuove scelte che hanno inciso e incideranno ancora di più, in generale nell'esistenza di noi tutti. La transizione ecologica, ad esempio, implica sì la trasformazione del sistema produttivo industriale verso modelli più sostenibili, meno dannosi per l'ambiente con prodotti sempre più eco-friendly, ma anche il mutamento degli stili di vita di ogni singolo individuo nella quotidianità. Così come l'avanzare della transizione digitale, con il tangibile passaggio dalla realtà analogica ad una realtà digitale, favorirà sempre più il nostro modo di lavorare e di vivere.

Tema che esige molta attenzione è ovviamente la **transizione generazionale, fondamentale processo che accompagna il passaggio delle responsabilità della gestione aziendale dalla generazione odierna alla prossima, con il fine di garantire continuità all'impresa.** Momento delicato in cui il gap generazionale rischia di fare emergere fortemente la differenza di idee per approccio culturale, sviluppo economico-tecnologico-sociale, e soprattutto le modalità relazionali che esistono tra nuova e passata generazione che ai problemi aziendali affiancano i fattori umani. Numerose anche le imprese produttrici dell'arredobagno che sono già alla seconda o terza generazione e che a breve si accingeranno a passare il testimone ai prossimi imprenditori. Non a caso sin dal 2006 **all'interno di FederlegnoArredo vive il Gruppo Giovani Imprenditori nato appositamente per preparare i giovani ad affrontare il proprio ruolo in azienda e nella società,** secondo i valori e la cultura d'impresa più moderni e attuali. Una community che ad oggi annovera circa 100 imprenditori, nel settore del legno-arredo, al di sotto dei 40 anni che operano a vario titolo nelle aziende di eccellenza del made in Italy.

Argomento molto sentito altresì dalla nostra distribuzione tradizionale che lo scorso 21 maggio ha visto il Gruppo ANGAISA Giovani organizzare un incontro, coordinato dal Prorettore Massimiliano Bruni, dedicato al "ricambio generazionale", presso l'Università IULM di Milano, invitando alcuni imprenditori Assobagno del Gruppo Giovani di FederlegnoArredo per parlare di presente e di futuro in un vivace confronto di idee, riflessioni ed esperienze.

Indubbiamente l'integrazione generazionale può rappresentare un elemento di discontinuità che come tutte le strategie va programmato e non rimandato, posando le basi per creare le condizioni ideali per far sì che tutto ciò avvenga senza criticità. Ascolto, intelligenza, passione, pazienza, formazione sono gli elementi alla base della coesistenza fra le diverse generazioni al fine di giungere ad un perfetto e idilliaco "passaggio del testimone".

## GENERAZIONI A CONFRONTO

Il passaggio generazionale è sicuramente uno fra i momenti più delicati nelle realtà aziendali, a garanzia di una futura e fruttuosa prosecuzione. Un vero e proprio passaggio di testimone che, oltre a formazione, determinazione e passione, vuole intesa e complicità comunicativa tra le due parti, fiducia l'uno nell'altro e volontà di coniugare tradizione e innovazione. Un percorso che spesso presenta differenti criticità che possono essere superate in un impegno condiviso e una buona dose di pazienza. Abbiamo raccolto le esperienze sul tema da quattro giovani imprenditori di FederlegnoArredo, tra cui anche il pensiero del Presidente del Gruppo Giovani di FLA.



**FILIPPO SANTAMBROGIO,**  
CEO VIVA PORTE  
E PRESIDENTE  
GRUPPO GIOVANI DI  
FEDERLEGNOARREDO.

L'esperienza della passata generazione insieme all'intraprendenza della successiva, sicuramente sono basilari nel passaggio generazionale, anche se ritengo ugualmente importante **avere la consapevolezza del percorso da affrontare da ambedue le parti, senza forzature ma con la volontà di un passaggio di testimone in grado di garantire il meglio per l'azienda.** Così come considero una fortuna per i giovani essere affiancati e supportati da preziosi consiglieri che li accompagneranno nella crescita delle proprie competenze. Un contributo concreto di certo può arrivare dalle esperienze lavorative all'estero che offre ai giovani una visione più ampia e reale per quando intraprenderanno il percorso lavorativo in un'azienda italiana, a maggior ragione se familiare. Personalmente, prima di avere l'opportunità di diventare CEO di **VIVA PORTE**, ho avuto la possibilità di fare esperienza negli Stati Uniti nel settore arredamento e design e dopo la laurea in economia in una società di consulenza e revisione contabile. Sicuramente tutto ciò ha favorito la mia formazione e ne riscontro quotidianamente il beneficio. In considerazione della crescente importanza di una visione aziendale sempre più aperta e internazionale, anche **come Presidente**

**del Gruppo Giovani di FederlegnoArredo ho fatto nostri i tre pilastri portanti del Next Generation EU: formazione, sostenibilità ed innovazione.** In quanto la formazione è alla base del futuro delle nuove generazioni e consente di operare costantemente nel mercato con i migliori risultati. La sostenibilità esige sempre più una profonda analisi e attenzione da parte di noi giovani che rappresentiamo il futuro ma anche il presente, e le azioni di oggi saranno i risultati di domani. E poi siamo la generazione dei millennials, la x generation, la z generation per i quali l'innovazione deve essere ovviamente al centro di ogni nostra iniziativa, progetto e idea. Lo sviluppo tecnologico, l'innovazione dei processi aziendali, provare a "vedere ed andare oltre" sono gli impulsi che ci devono appartenere. Altresì l'unione, l'aggregazione, lo spirito associativo sono indispensabili e imprescindibili perché da soli è difficile affrontare il panorama economico globale. **Il gruppo rappresenta le fondamenta di qualsiasi iniziativa così come la collaborazione con altre realtà associative consente di ampliare la propria visione, creare opportunità di confronto** e affrontare al meglio le sfide dettate da un mondo sempre più in evoluzione. ■

**CAOS** nasce all'inizio degli anni 80 da più soci, di cui uno è mio padre. In azienda stabilmente dal 2019, oggi rappresento la seconda generazione e attualmente ricopro la carica di Responsabile Marketing con l'obiettivo di domani di prendere le redini della Direzione Commerciale, mansione al momento ricoperta da mio padre. Un **ruolo dettato più dalle circostanze che da un percorso prestabilito**, in quanto l'azienda in quel momento necessitava di una figura di questo tipo e i miei percorsi di studi, antropologo di formazione umanistica a cui ho abbinato gli studi di economia aziendale, e le mie competenze rispondevano a questa necessità. Un insieme di tasselli che mi ha permesso di unire le due cose al momento giusto. Concluso il master in marketing d'impresa ho avuto un'esperienza lavorativa in un settore completamente differente di trade marketing che mi ha aiutato a comprendere le dinamiche aziendali, e in particolare **il passaggio da una realtà esterna all'impresa familiare mi ha avvantaggiato nel propormi in azienda con consapevolezza e qualche idea in più.** Includo le relazioni con i colleghi che mi porto dietro.

La differenza di età con mio padre potrebbe portare a pensare ad una forte differenza di vedute, e sebbene all'inizio abbiamo avuto degli attriti, dovuti più a singoli interventi che a livello strategico, siamo sempre stati coerenti e in linea con la massima visione, trovando punti di contatto che ci aiutano nella gestione quotidiana, dall'innovazione nelle strategie di marketing ai nuovi modelli di comunicazione nello sviluppo delle collezioni e dei cataloghi. La nostra impresa **negli ultimi anni ha iniziato ad inserire nell'organico interno e nei ruoli chiave anche le altre nuove generazioni**, come Elena Speranzi e mio fratello Gabriele, così da poter portare avanti l'azienda nel futuro, con una condivisione di compiti e competenze ben precise e una struttura organizzativa allo stesso tempo flessibile, per perseguire obiettivi precisi, dallo sviluppo digitale alla ricerca di nuovi modi di comunicare i nostri prodotti. La forte componente giovanile, che contraddistingue la nostra società e tocca indistintamente tutti i reparti, è legata alla volontà comune e alla determinazione di far crescere e consolidare il brand sul mercato, in Italia e all'estero. ■



**LEONARDO STORAI,**  
RESPONSABILE  
MARKETING CAOS

Sin da ragazzina ho respirato “lo spirito aziendale”, avere l’opportunità di stare con mio padre, impegnato a guardare i disegni dei nuovi prodotti, lavorare sui materiali o correre in magazzino, ha un fascino che ancora oggi mi emoziona. Il mio ingresso in azienda è stata una scelta spontanea, naturale, iniziata durante gli studi universitari e cresciuta nei momenti cruciali, come le fiere più importanti in cui accompagnavo papà. Mi considero fortunata, ho avuto la massima libertà nell’intraprendere i percorsi preferiti sia scolastici che lavorativi, tanto è vero che prima di entrare in azienda ho fatto un’esperienza all’estero nel settore automotive, per potermi confrontare, staccarmi dalla mentalità italiana e conoscere diverse dinamiche aziendali. **Nel passaggio generazionale, tempo e dedizione mi hanno aiutato a fortificare e aprire la mente, ad avere un approccio più flessibile nel portare elementi di cambiamento e innovazione, per capire dove migliorare le cose e dove migliorarmi.** All’ufficio commerciale Italia ho affiancato quello tecnico, per apprendere i plus dei prodotti che trattiamo sino ad essere oggi Responsabile Commerciale Italia. **RAPSEL INTERNATIONAL** opera in una

nicchia ben precisa, non ha mai cambiato le linee guida e giocare con le forme e i materiali è il nostro modo di fare un design senza tempo, un po’ rivoluzionario che ancora oggi ci caratterizza. Nella sfida quotidiana, visti i continui cambiamenti dovuti soprattutto ad elementi esterni, è palese **qualche divergenza con mio padre, sempre molto aperto, proattivo al dialogo e al confronto. In fondo in due si riescono a vedere meglio le opportunità**, oggi infatti lavoriamo insieme per consolidare l’importanza del nostro brand e potenziare la rete commerciale in Italia come all’estero. Rapsel è un brand che ha avuto un ruolo importante nel settore dell’arredobagno, dalle collaborazioni con i tanti designer alle rotture degli schemi esistenti. Di certo la nostra storia aziendale è legata alla presenza e all’intuito di mio padre che sin dall’inizio ha segnato passi fondamentali nell’arredo di design. **Un passaggio generazionale che per me implica una grande responsabilità e mi spinge ad imparare e ad avere più competenze**, data la sua profonda conoscenza del mondo del design. E’ difficile stare al suo passo, ha una marcia in più. E lo dico con molta serenità. ■



**VALERIA PROVINI,**  
RESPONSABILE  
COMMERCIALE ITALIA  
RAPSEL INTERNATIONAL



**VANNI FULGENZI,**  
CONSIGLIERE DELEGATO  
SANITOSCO1984

Sono entrato in azienda subito dopo la laurea, affiancando mio padre in tutti gli aspetti della società nel loro insieme: una visione e un’esperienza olistica che con il passare del tempo mi ha permesso di maturare sempre maggiori responsabilità, sino a giungere alla carica di Consigliere Delegato. Attualmente in **SANITOSCO1984** coordino e gestisco l’intero team, delineando l’impostazione della strategia aziendale. Anche se quella che più mi appassiona è la parte commerciale, le relazioni con clienti e con gli agenti, ciò che senz’altro mi assorbe maggiormente sono gli aspetti gestionali e burocratici. Per quanto riguarda il rapporto con mio padre in azienda, un po’ per la mia giovane età, un po’ **per via dei temperamenti molto diversi, ammetto che non è sempre tutto idilliaco, ma insieme abbiamo ogni volta trovato un punto d’incontro, e questo ha permesso all’azienda di innovarsi e crescere.** Fondamentale, ovviamente, è la pazienza, da parte di entrambi anche se non è esattamente la mia prima vir-

tù, e il sapersi ascoltare: la generazione precedente deve essere lungimirante e ascoltare il pensiero e le idee dei giovani, la generazione successiva deve comprendere che ciascun cambiamento necessita tempo e che non è detto che alcune prassi o procedure, seppur leggermente datate, non siano ancora efficienti e funzionali e che debbano per forza essere archiviate. **Pazienza, moderazione e disponibilità all’ascolto sono dunque a mio avviso gli elementi fondamentali per gestire al meglio il passaggio generazionale.** Ed è alla luce degli scenari odierni, dove il mondo e i mercati corrono e si evolvono, che emerge l’importanza del confronto e dello scambio del pensiero generazionale, bisogna credere e investire nel futuro per crescere e conquistare una dimensione aziendale che consenta di far fronte alle sfide globali, una dimensione che col tempo potrebbe anche trascendere quella che storicamente conosciamo come familiare, sapendo però mantenere saldi i valori in essa congeniti. ■