

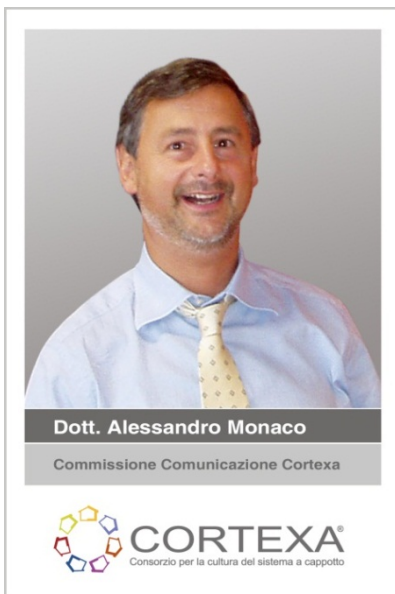
COMUNICATO STAMPA

Marzo 2017

Intervista ad Alessandro Monaco, nuovo Coordinatore della Commissione Comunicazione del Consorzio Cortexa

Il Consorzio Cortexa da sempre pone al centro del suo operato la pianificazione strategica della comunicazione con l'obiettivo principale di far conoscere le sue iniziative di formazione e informazione volte alla massima diffusione della cultura del Sistema a Cappotto di qualità. L'attività di comunicazione del Consorzio richiede un prezioso lavoro di squadra da parte di tutti i Responsabili Marketing e Comunicazione delle aziende associate.

Recentemente è stato nominato come **nuovo Coordinatore della Commissione Comunicazione del Consorzio Cortexa** il **Dott. Alessandro Monaco**, *Corporate Development & Planning Manager* presso PPG Univer SPA.



Laureato in Economia e Commercio all'Università Cattolica di Milano, il nuovo Coordinatore ha un'esperienza ultraventennale nel settore del Marketing e della Comunicazione. Nel corso degli anni ha ricoperto posizioni di Direttore Marketing, Brand Manager, Retail Marketing Manager presso aziende multinazionali e dal 2003 in PPG Univer. Sempre attento alle nuove tendenze del settore, la sua esperienza contribuirà in maniera fattiva all'implementazione delle azioni di comunicazione del Consorzio.

Rivolghiamo al Dott. Monaco alcune domande sugli andamenti ed i trend del settore, con particolare approfondimento sulle attività e le strategie di comunicazione del Consorzio nel prossimo futuro.



1) Quali sono a suo avviso i trend di innovazione per il Sistema a Cappotto in Italia per i prossimi anni?

La sensibilità ad un approccio sostenibile verso l'ambiente è in fase di lenta crescita e la consapevolezza che è necessaria un'inversione di marcia rispetto al passato è consolidata.

Le organizzazioni e le società sono le prime a comprendere questa tendenza e offrono pacchetti di miglioramento dell'efficienza energetica e di riqualificazione con investimenti diluiti nel tempo, quindi un pubblico sempre maggiore si sta avvicinando ai temi cari al Consorzio Cortexa.

Le case in legno rappresentano ancora una piccola nicchia di mercato, ma ad oggi costituiscono una vera e propria realtà e tendenza per un futuro energetico ed edilizio sostenibile. La sfida è portare alla luce tutti i benefici in termini di benessere nella vita quotidiana del singolo che è garantita solo se la riqualificazione o l'investimento nel Cappotto è realizzato in linea con gli standard qualitativi previsti dal Consorzio Cortexa.

2) Cortexa è impegnata ormai da quasi 10 anni nella diffusione della cultura del Sistema a Cappotto di qualità. Qual è il target privilegiato delle attività di formazione e comunicazione del Consorzio?

In questi dieci anni di attività il Consorzio Cortexa ha svolto un'attività infaticabile e molto preziosa verso il target dei "progettisti", geometri, architetti e ingegneri, mentre le imprese di applicazione sono state sensibilizzate attraverso attività di formazione sul territorio poste in essere dalle aziende che costituiscono il Consorzio Cortexa stesso. Oggi è venuto il momento di parlare in modo ancora più incisivo e collaborativo con gli applicatori e le imprese per far percepire loro quanto sia vantaggioso investire in qualità dell'applicazione e della posa.

3) Quali sono a suo parere le leve da utilizzare per una promozione efficace di sistemi e servizi in edilizia finalizzati ad una maggiore efficienza dell'intero processo edile?

In Italia purtroppo viviamo un vuoto istituzionale e culturale del settore edile. Non c'è nessuna scuola e nessuna istituzione che forma, prepara e monitora la qualità



del lavoro nel settore della posa e della finitura del Cappotto. Come è già successo in altre realtà artigianali, è necessario lavorare in forte sinergia con tutte le organizzazioni del settore per colmare questo vuoto.

4) Quali sono le prospettive per il mercato dell'edilizia?

Ormai da almeno 4 anni assistiamo ad un impoverimento del mercato sia in termini di volumi che in termini di valore. Mancano le risorse e per questo prevale la tendenza ad accontentarsi di una qualità inferiore. Tuttavia il mattone in Italia è un bene rifugio importante e con una forte connotazione valoriale, quindi sebbene il crollo sia stato forte, presumiamo che il peggio sia passato e che si avvicini una stabilità che presuppone una ripartenza nel medio periodo. I primi a cogliere la ripresa saranno coloro che sono rimasti ancorati ad un approccio di qualità concreta ed efficiente subendo meno gli effetti della crisi.

5) Che aspettative avete in merito alla definizione degli obiettivi di risparmio energetico per il 2030?

Il progresso nel risparmio energetico è ancora lento, quindi per la scadenza del 2030 ritengo saremo in ritardo. Un'iniziativa utile sarebbe quella di rendere più veloce l'accesso alle opportunità di finanziamento che già esistono e troppo spesso non vengono sfruttate o sono indirizzate in modo sbagliato.

6) Quali saranno nel prossimo futuro le sue priorità nello svolgimento del prestigioso ruolo di Coordinatore della Commissione Comunicazione del Consorzio?

Il primo importantissimo punto che mi sono prefisso è quello di focalizzare ancora di più all'interno del Consorzio la consapevolezza dell'autorevolezza raggiunta dal Consorzio stesso nel mercato di riferimento grazie al prezioso lavoro svolto in questi anni e quindi supportare l'attività decisionale con dati quantitativi che svolgano il ruolo di guida nelle decisioni strategiche. Vorrei che il comitato si focalizzasse di più sulla funzione Marketing, in modo da indirizzare le attività del comparto tecnico verso azioni con valenza strategica importante. Dal canto mio assumo con piacere e dedizione, facendone una mia priorità, il ruolo di





coordinamento della Commissione Comunicazione, coadiuvando i miei colleghi nel perseguire insieme con autentico spirito di squadra e in maniera proattiva gli obiettivi prefissati e nello sviluppare i progetti che il Consorzio porta avanti in termini di diffusione della conoscenza e delle buone pratiche di applicazione del Sistema a Cappotto.



PRESS CONTACT: DNART srl

✉ Via Barazzuoli, 21 - 50136 Firenze

@ ufficiostampa@dnartstudio.it

☎ +39 055 55.20.650

👉 www.dnartstudio.it