

Il nuovo volto di Vero Legno

Nel seicentesco Palazzo Arese Borromeo di Cesano Maderno, il 26 maggio scorso si è tenuto il convegno annuale di Vero Legno e quella preziosità cui questo materiale rimanda è stata in tutti i modi inneggiata, attraverso quella che a tutti gli effetti potremmo definire una nuova rinascita dell'Associazione.



nicazione, che permettono buoni risultati con minori sforzi economici. L'impegno degli associati e dei consiglieri è così raddoppiato e tre sono i grandi temi che si è deciso di portare avanti: il made in Italy, il nuovo sito e il barcode".

Stefano Scardanzan, tratta del progetto legato al made in Italy "Il made in Italy è sinonimo in Italia e all'estero di qualità e di design: un termine riconosciuto a livello globale". Una nuova certificazione, che aggiunge anche il valore identitario. Come nel 2013 era stato introdotto il marchio Vero Legno Massello, la novità portata avanti nel 2015 è il nuovo marchio Vero Legno made in Italy, che non significa solo, come da normativa, che l'ultima lavorazione sostanziale sia stata prodotta in Italia, ma innanzitutto che sia un prodotto in vero legno, italiano: progettato e prodotto in Italia, di qualità perché realizzato con la cura del dettaglio e con il design che da sempre contraddistingue il made in Italy.

Nonostante le difficoltà degli ultimi anni, di cui ha risentito anche un'Associazione radicata come **Vero Legno**, **Renato Mauri** all'apertura del convegno rivela come con grande determinazione si sia deciso di proseguire: "Il 2 febbraio scorso gli associati si sono riuniti per stabilire se chiudere o no il Consorzio Vero Legno, purtroppo le difficoltà di questi ultimi anni ne hanno minato le fondamenta. Ma abbiamo deciso di andare avanti!" Di farlo, come sottolinea il Presidente **Alessandro Calcaterra**, mantenendo la sua missione primigenia: la valorizzazione dei prodotti con il marchio Vero Legno, quella di un'Associazione costituita da molte e importanti aziende italiane, artigiane e industriali, operanti nel settore del legno-arredo; che si propone da 19 anni di sviluppare e promuovere le imprese associate, e la tutela ai consumatori con la certificazione di prodotto. "Abbiamo scelto di esserci, di restare con il contributo associativo dimezzato, decisione presa quando la crisi ha iniziato a 'mordere' molte delle nostre realtà imprenditoriali, ma allo stesso tempo abbiamo deciso di rilanciare il Consorzio, e trovare un modo per investire in tecnologie e nuovi mezzi di comu-





Nelle foto alcuni momenti del convegno annuale di Vero Legno, tenutosi il 26 maggio nel seicentesco Palazzo Arese Borromeo di Cesano Maderno.

Andrea Perpignani, tratta poi del codice QR, abbreviazione di Quick Response Code, un codice a barre bidimensionale, che memorizza informazioni generalmente destinate ad essere lette tramite un telefono cellulare o uno smartphone, un codice da associare ai prodotti, proprio come avviene per gli alimenti al supermercato. Questo rende usufruibile la scheda prodotto in modo molto più immediato. *"Si tratta di un servizio strutturato per la visualizzazione della scheda prodotto in modalità mobile. Una semplice applicazione abbinata al barcode rende usufruibile il servizio: scheda prodotto + certificazione Vero Legno del prodotto taggato, rendendo qualunque utente autonomamente in grado di raccogliere le informazioni in tempo reale"*.

Il convegno prosegue poi con **Paola Demariano** che illustra il nuovo sito. *"L'idea è di rinnovare la comunicazione rendendola chiara, di facile fruizione, creando un volto nuovo al sito non solo riguardo la veste grafica con la quale si presenta ma*

anche per la parte strutturale, che lo renda fra l'altro usufruibile da ogni tipo di supporto digitale con strumenti come lo smartphone e il tablet." Nella gallery tematica si crea un parallelismo fra oggetti di valore unanimemente riconosciuto, come un diamante o un'auto d'epoca, e i diversi manufatti di matrice lignea.

Chiude la serata, l'Architetto **Stefano Marelli**, che espone questo nuovo volto di Vero Legno anche dal punto di vista della proposta culturale. Le sue parole sono accompagnate da un video che racconta il restauro di una sedia di legno. *"Nata con lo scopo ben preciso di essere una seduta, questa sedia, con il tempo ha avuto un certo deperimento, un calo in valore e funzionalità, e oggi richiede di essere sistemata. Mi piace pensare che la sedia rappresenti un po' il Consorzio Vero Legno, che, allo stesso modo, ha necessità di acquisire nuovo vigore, pur mantenendo la sua struttura e riconoscendone ancora il ruolo fondamentale. Da una duplice lettura del video, ossia, da una parte, la volontà di arricchire il programma del Consorzio Vero Legno e dall'altra, la necessità di dare visibilità e sostegno alle imprese associate, nasce l'idea di proporre e promuovere nuove iniziative di carattere culturale, che abbiano lo scopo di far conoscere e mettere in risalto il grande lavoro che voi artigiani, imprenditori e progettisti del legno, mettete in atto ogni giorno, nelle vostre botteghe, nelle vostre aziende, nei vostri studi"*.

Al Convegno annuale del Consorzio, segue la visita al Palazzo Arese Borromeo di Cesano Maderno e un breve scambio con il Presidente di Vero Legno, prima della cena, chiude la serata. Con Alessandro Calcaterra, parliamo dell'impegno importante di rinnovare questa Associazione, composta da 150 soci, in un momento così difficile di mercato, sia per gli associati sia per l'Associazione stessa, e gli chiedo quale sia la cosa su cui punta maggiormente per fare in modo che questa rinascita si concretizzi. *"La scelta di affidarsi ai social media, secondo me rappresenta il fattore che può cambiare tutto, perché implica per Vero Legno di poter essere a totale disposizione dell'associato per garantirgli un servizio completo: una comunicazione multicanale e costante, ritagliata su misura per la specifica realtà imprenditoriale. Anche per l'associato che non*





ha mai curato la propria immagine, ma fa dei prodotti meravigliosi che non è in grado di trasmettere a nessuno, con il nuovo sito che ha un approccio redazionale 'giornalistico' è possibile coinvolgere un giornalista e garantire al produttore un supporto che lo guidi alla comunicazione più idonea per lui. Può essere interessante per ogni singolo associato e fa parte di una logica per cui più aziende, 'obbligate' ad andare in 'rete' assieme per ottimizzare le risorse, mettono in comune la progettazione piuttosto che certi tipi di lavorazione artigianale". Una sinergia che può funzionare. "Funziona concretamente, anche se c'è stata una grossa 'barriera' da abbattere. La riflessione che il consiglio ha fatto sul made in Italy arriva

alla domanda: come lo caratterizziamo? In realtà, se si comincia a contare la percentuale di prodotto fatto in Italia sul totale del manufatto, non si arriva da nessuna parte. In Italia di legno non ne abbiamo, arriva 'da fuori', però ci sono delle persone che da tre generazioni fanno determinati mestieri, lungo tutta la filiera, con delle professionalità diffuse molto importanti e che rappresentano in sé il concetto di gestione e amore artigianale nei confronti del prodotto, anche in una filiera che oggi è perfettamente industriale". È nell'idea artigianale il made in Italy? "Quello che lo caratterizza è la specificità dell'essere artigiano, nel senso di fare le cose sempre in ogni momento con amore e pazienza, nel modo in cui pensi che vada fatto, anche quando non vedi immediatamente il risultato economico"!



MENEGOLO LUIGI & FIGLI

**Legnami e
Impiallacciate**

**Tranciatura
del legno**

Importazione

Esportazione





Mariano C.se (CO) - Italy
 Via Dosso Fatti 3
 Tel. 031.74.54.12 - Fax 031.75.04.29
 E-mail: menegolo@menegolo.it
 www: menegolo.it