



UFC: DA 35 ANNI IL VALORE DELLE MARCHE

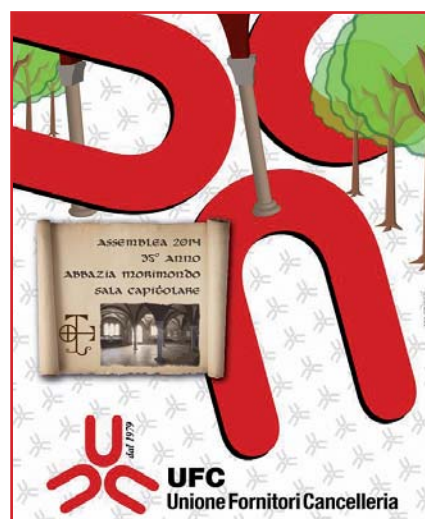
Compie 35 anni nel 2014 l'Associazione di riferimento dei Produttori di Cancelleria, sempre un passo avanti nell'interesse dell'industria di Marca

Un'Associazione di Aziende che dura con successo da 35 anni: **UFC** è cambiata dinamicamente nei diversi periodi della sua storia cercando di offrire sempre un riferimento utile per i propri Associati. "Essere utili è il punto – spiega il Presidente di UFC, **Mariagrazia Santaniello**, che guida l'Associazione da diversi anni – "una necessità importante delle Aziende d'oggi è disporre di informazioni e dati decisamente tempestivi e se possibile già "elaborati"; UFC fornisce agli Associati dei "semilavorati" da utilizzare a supporto delle decisioni che ogni singola Azienda poi prende secondo le strategie che le sono proprie: la tempestività fa risparmiare molte energie, e questo risparmio di tempo e denaro riassume bene quello che è il fil rouge della mia Presidenza".

"L'interesse di UFC ruota intorno al mercato della Cancelleria e ha come focus i prodotti e i canali – aggiunge Santaniello – se necessario, lanciamo dei progetti informativi, come è stato con il "Laboratorio sul futuro", dapprima una serie di incontri che sono stati molto efficaci perché abbiamo iniziato a parlare di tecnologie emergenti applicate all'attività commerciale molto prima che questi argomenti diventassero popolari. Un "presidio" sulle frontiere tecnologiche più avanzate che si è affiancato al "presidio" dei cambiamenti che caratterizzano il settore Cancelleria, cambiamenti spesso originati da fenomeni che la crisi economica tende a mascherare e che per questo

SOCI UFC

- 3M Italia SpA
- ACCO Brands Italia Srl
- AVERY TICO S.r.l.
- BALMA, CAPODURI & C. SpA
- BIC ITALIA SpA
- CAIMI LUIGI & FIGLIO Srl
- CARTOPLAST BERTESE Srl
- COLIBRÌ SYSTEM SpA
- DELL'ERA GIUSEPPE Snc
- DURABLE Hunke & Jochheim GmbH & Co
- EDDING INTERNATIONAL
- ESSELTE Srl
- ETAFELT Srl
- A.W. FABER-CASTELL Italia Srl
- FELLOWES LEONARDI SpA
- HAMELIN SpA
- IMATION Srl
- KOH-I-NOOR Italia SpA
- NWL ITALY Srl - SANFORD
- PELIKAN Italia SpA
- PENTEL Italia SpA
- PRIMA Srl
- ROMEO MAESTRI & FIGLI SpA
- SEI ROTA & C. Srl
- STABILO International GmbH
- STAEDTLER Italia SpA





Mariagrazia Santaniello
Presidente UFC
e Consulente Aziendale



Riccardo Rota
Sei Rota & C.
Consigliere
e Vice Presidente



Aldo Balma
Balma Capoduri & C.
Consigliere
e Tesoriere



Marco Caimi
Caimi Luigi & Figlio
Consigliere



Marco Colombo
A.W. Faber-Castell Italia
Consigliere



Ottaviano Demichielis
Romeo Maestri e Figli
Consigliere

In queste immagini i Rappresentanti di tutto lo Staff dirigenziale dell'Associazione che raggruppa i più importanti produttori del settore: dal Presidente al Vicepresidente dal Consiglio Direttivo ai Proviviri



Sabrina Gasparini
Pentel Italia
Revisori dei Conti



Claudio Mistura
Koh-I-Noor Italia
Revisori dei Conti



Monica Leonardi
Fellowes Leonardi
Proviviro



Emanuela Savigliano
Acco Brands Italia
Proviviro



Donato Tauriello
Etafelt
Proviviro

possono rischiare di non essere compresi appieno” conclude il Presidente. Oggi UFC è insieme un network di Aziende, volano di informazioni, contenitore di attività e ricerche di mercato di interesse comune e, non ultimo, un osservatorio all'avanguardia su tutto ciò che occorre sapere per tempo, anche i segnali più deboli che si affacciano nel panorama del business.

LA MARCA NEL DNA

Oggi le Aziende Associate a UFC sono owner globali – o referenti esclusivi sul mercato italiano – di non meno di 180 Marchi di Azienda e di Prodotto fra i più noti al mondo. Sono Aziende con una strategia di Marca; hanno tutte una storia, spesso ul-

“LABORATORIO SUL FUTURO”, UNO SGUARDO IN AVANTI

Fin dal 2012 UFC porta avanti un progetto battezzato “Laboratorio sul futuro” con lo scopo di gettare insieme agli Associati uno sguardo in avanti sull’evoluzione dei cambiamenti in atto, per comprendere meglio dove ci portano, accelerati come sono sia dalla crisi economica sia dall’evoluzione tecnologica rapidissima che sta cambiando in continuazione la vita di tutti, sia lavorativa sia privata. L’obiettivo e lo “spirito” del Laboratorio, ormai calati in tutte le attività dell’Associazione, sono stati mettere a disposizione costantemente, quando ancora quasi nessuno ne parlava, dati e informazioni sulle nuove frontiere commerciali che l’evoluzione tecnologica mette a disposizione delle Aziende, senza trascurare gli strumenti tecnici e di marketing, spesso anch’essi completamente nuovi e tutti “da imparare”.

tragenerazionale e, soprattutto, un’ispirazione imprenditoriale che le guida. “Anche se nel tempo diverse di loro sono arrivate ad essere multinazionali di primissimo piano nel panorama mondiale, lo spirito imprenditoriale c’è sempre” sottolinea Mariagrazia Santaniello, “la produzione e la voglia di innovare e di crescere nel miglioramento dei prodotti sono una caratteristica che le accumuna, né queste Aziende perdono di vista la tradizione della loro storia”. Quindi non si tratta solo di qualità del prodotto? “Come è noto la qualità non si improvvisa mai, – spiega Santaniello – se una Azienda di produzione fa crescere il proprio Marchio negli anni, dietro c’è vera passione per il prodotto, il Marchio ha valore in quanto riassume tutto quanto ha contribuito a creare una cultura aziendale forte. Inoltre le Aziende di Marca hanno una responsabilità, un ruolo sociale di cui sono consapevoli da molto tempo prima che si cominciasse a parlare di etica sociale, di rispetto per l’ambiente, etc. E anche UFC dà il suo piccolo apporto, con alcuni interventi proprio a difesa dei Marchi”. □

