



Save The Children



Point

Ricerca e qualità per un successo che si rinnova

Cipi, il tempo rafforza la leadership

Non è facile per un'azienda dalla storia quarantennale rinnovarsi continuamente. Non è facile ma è certamente possibile, come dimostra Cipi Spa, società che fa parte del gruppo Seat Pagine Gialle e che da anni opera con successo nel settore della Pubblicità Tramite Oggetto, della Promozione Below the Line e del Regalo d'Affari. Dal lontano 1964 ad oggi la crescita è stata costante, fino a divenire la più importante realtà del settore in quanto a fatturato, numero di addetti (200 nell'organico stabile) e numero di clienti (25.000 serviti in un anno, per circa

40.000 ordini). Una realtà che basa la propria solidità innanzitutto sulla costante ricerca, come spiega l'a.d. Valentina Circo: "Il rinnovamento continuo è una delle leve fondamentali utilizzate da Cipi. Il nostro staff è sempre attento nel ricercare nuove tendenze in giro per il mondo, da tradurre e proporre nelle nostre collezioni. Ma non solo". L'azienda si è strutturata per soddisfare la crescente domanda da parte di grandi aziende di "soluzioni", come ad esempio la gestione di cataloghi aziendali indirizzati alle reti sul territorio o ai propri dipendenti, il cosiddetto "fullfillment". È un bisogno che sta emergendo in modo evidente soprattutto presso aziende con una capillare presenza sul territorio nazionale o europeo (agenzie, filiali con vario livello di controllo); uno dei bisogni dei clienti è ad esempio quello di gestire brand identity in modo coordinato dando nel contempo un ulteriore strumento di comunicazione locale, una collezione di oggetti promozionali personalizzati, il tutto però con un livello di efficienza e controllo elevato. Per far fronte a questo bisogno Cipi ha creato una divisione, Pro-

motion Solutions, che fa leva sulle competenze aziendali non solo in termini di prodotto, ma di sviluppo web, IT, logistica e soprattutto processi. Questo per offrire al cliente un servizio completo, ma soprattutto modulabile secondo il modello di business scelto dal cliente. Numerosi progetti sono già stati attivati da inizio 2007 ed altri sono in corso. In questi progetti, a seconda delle esigenze del cliente, Cipi può intervenire nelle seguenti fasi: individuazione o creazione della collezione, realizzazione di cataloghi e/o siti extranet per la visione e la scelta dei prodotti, acquisizione ordini attraverso un customer service dedicato e consegna dei prodotti direttamente presso il partner. Il tutto permettendo quindi all'azienda casamadre di poter accedere ed offrire un servizio completo alla rete, senza investimenti rilevanti in stock e risorse umane in una attività normalmente "non core". Per quanto riguarda i prodotti, l'emozionalità di questi riveste un ruolo fondamentale. Le linee sono studiate in funzione del risultato finale che il cliente vuole ottenere. Per questo la qualità non viene mai sacrificata al prezzo. "Pur offrendo prezzi competitivi, riteniamo fondamentale che ogni oggetto sia curato nei minimi particolari. Per lo sviluppo dei nostri prodotti, ci affidiamo a designer che rivisitano nelle forme e nei concept ciò che proponiamo, affinché da tutte le nostre collezioni possa trasparire il tipico stile Made in Italy. Questo rende un Oggetto Cipi unico nello stile in quanto studiato ad hoc". Negli ultimi anni tutte le collezioni sono state arricchite da oggetti ricercati e dall'alto impatto emotivo. Eleganti set in ceramica (Italian Bistrot), oggetti hi-tech, linee viaggio (Bond & Brothers) e molte altre proposte sono in grado di soddisfare qualsiasi esigenza. L'acquisizione di un brand importante quale Ungaro ha poi reso ancora più importante la collezione grandi marche "Gift". "Quest'anno abbiamo deciso di aumentare il nostro impegno anche a livello sociale, affinché la riuscita di ogni evento possa regalare una speranza e un sorriso a chi è meno fortunato. A questo proposito vogliamo segnalare la nostra iniziativa con l'ONG umanitaria "Save the Children", con la creazione di una collezione di prodotti



Valentina Circo



Ceramiche Italian Bistrot

recanti il loro logo; parte del fatturato derivato dalla vendita degli oggetti sarà devoluta a bambini bisognosi". Ma non solo. Anche il tema ambientale è considerato importante. Ingenti spese sono state affrontate per certificare l'azienda secondo le più restrittive

norme esistenti, benché non richieste dalla legge. "Per quanto riguarda le strategie per il prossimo futuro la risposta rimane quella che ci ha portato fino a qui. Impegno, professionalità, dinamicità e l'irrinunciabile curiosità". Più semplice di così!