



L'EMOZIONE DI UNA NUOVA VITA

COPATLIFE È UN PROGETTO AMBIZIOSO CHE RISCRIVE LE REGOLE IN CUCINA CON UN **LINGUAGGIO GIOVANE** E INNOVATIVO. UN BRAND CHE RACCONTA UNA NUOVA STORIA CON L'ESPERIENZA DI CHI CONOSCE BENE IL PROPRIO TARGET

Con una struttura societaria solida e l'ambizione di cambiare i paradigmi della cucina dal punto di vista progettuale, della comunicazione e della distribuzione, Copatlife rappresenta un progetto innovativo e al tempo stesso molto concreto, come spiega Mauro Giacomini, amministratore unico della società.

Copatlife: un marchio giovane che però può vantare una grande esperienza e un soli-

do gruppo alle spalle; quali sono i valori del brand storico e quali i plus del nuovo marchio su cui puntate?

Oltre 30 anni di storia e una nuova organizzazione produttiva sono le fondamenta su cui abbiamo costruito un nuovo progetto d'impresa, fermamente convinti che il presente e il futuro vadano visti assieme: il presente per essere innovativi e il futuro per essere concreti. Crediamo che Copatlife possa diventare nel medio periodo un nuovo punto

di vista nel mondo della cucina, ecco perché abbiamo cambiato paradigma, possiamo veramente affermare con entusiasmo e determinazione che per noi "il futuro inizia sempre adesso". Che non si tratti di un semplice lifting lo dice chiaramente la frase che ha accompagnato sin dall'inizio il nuovo brand Copatlife "there is always another story"; con la modifica del marchio e della struttura societaria, abbiamo potuto innescare importanti sinergie produttive e finanziarie, attuando un



La finitura ad effetto cementizio delle ante e della cappa gioca a contrasto con il tavolo bancone effetto legno naturale. Sempre in melaminico termostrutturato effetto legno naturale la serie varia di vani a giorno che rompono lo schema della composizione a parete.

I giovani sono un target primario per Copatlife: quali sono i progetti più interessanti per un primo impianto?

Lo stile che abbiamo adottato per gli strumenti di vendita si caratterizza per un taglio grafico nettamente rivolto al pubblico giovane (di età o di pensiero...), il logo stesso parla di "vita", di futuro, di speranza, di positività e sicurezza; il nostro primo 2.1 è dedicato proprio a questo target.

Impiegando materiali di ultima generazione come il melaminico termostrutturato, abbiamo realizzato proposte ricche di soluzioni innovative, nuove geometrie che ridefiniscono lo spazio in cucina, nuove interpretazioni del contenimento, nuove funzionalità intelligenti senza nessun costo superfluo; nei prossimi mesi amplieremo la gamma con l'introduzione dei materiali più pregiati come il legno, il laccato e il vetro reinterpretati in chiave contemporanea e coerente con il nostro taglio progettuale.

Con quale media comunicate a questo target?

Copatlife è una azienda social, la strategia di comunicazione non potrà che essere "social media oriented", i costi sono più contenuti e la reattività più immediata; stiamo sviluppando un progetto che prevede azioni on-line e off-line non convenzionali per cavalcare l'innovazione come outsider del settore.

Avete progettisti "under30" che collaborano con voi nella ricerca di nuove soluzioni?

Sin dall'inizio abbiamo affidato la direzione artistica di Copatlife all'architetto Edoardo Gherardi. Nel suo studio di Castelfranco Veneto operano numerosi giovani talenti che partecipano attivamente alle attività di sviluppo progettuale ma anche alla realizzazione di tutti gli strumenti di comunicazione necessari per trasmettere in modo coerente al mercato i valori di ogni singolo progetto.

www.copatlife.it

preciso progetto distributivo. Non nego che si tratti di un progetto ambizioso ma noi siamo partiti da alcune importanti considerazioni che sono diventate la linea guida per lo sviluppo di tutto il progetto: "non esiste più un mercato che aspetta e non esiste più la logica prezzo alto prodotto alto, prezzo basso prodotto basso...". Il mercato oggi è insoddisfatto, è alla ricerca di risposte concrete, semplicità, sicurezza finanziaria, qualità, innovazione e servizio; Copatlife coglie oggi questi segnali e li trasforma in strategia, progetti, strumenti e comunicazione. Copatlife è un progetto di brand che mira ad ottenere nel medio periodo una riconoscibilità diffusa che gli consenta di "prendere posizione" fra le marche più gradite a quei rivenditori carismatici, creativi e dinamici che sanno proporsi al cliente come veri "professionisti del design"; tutto questo attraverso una organizzazione di vendita motivata, creativa, in grado di ascoltare e cambiare, persone in grado di far vivere emozioni, costruire scenari e habitat, costruire rapporti veri e fiducia.



L'effetto legno naturale e il bianco degli arredi prendono vita con il tocco di colore del tavolo in questa composizione perfetta per essere integrata in un open space.