

INTERVISTA. Giovanni Venturini presidente di Asso Spa, che ha rilevato i due marchi e avviato un polo del mobile

«Il salvataggio Minotti-Maistri investimento per la famiglia»

«La forza del nuovo gruppo è quella dei figli e dei collaboratori». «Non so esattamente cosa abbia fatto il Fondo Opera, so solo che noi siamo diversi»

Francesca Lorandi

«La produzione delle cucine Minotti potrebbe iniziare già domani». A poche ore dalla firma che ha sancito l'acquisto dell'azienda di Sant'Ambrogio di Valpolicella da parte della Asso Spa, nel quartier generale di San Pietro in Cariano dove ora è concentrata la produzione dei marchi Asso, Maistri e - appunto - Minotti, si sono già accesi i motori del nuovo polo dell'arredamento e del design d'alta gamma.

A capo del gruppo c'è Giovanni Venturini, che però sottolinea: «Questa è una grande azienda di famiglia, la forza è data dai figli e dai collaboratori. L'investimento prima di Maistri e ora di Minotti è pensato per le prossime generazioni, per il futuro di Asso spa».

Quindi con Minotti Cucine riuscirete là dove ha fallito il Fondo Opera, che aveva rilevato l'azienda nel 2011 portandola al fallimento alla fine dello scorso anno?

«Io non so esattamente cosa abbia fatto il Fondo Opera, di certo noi abbiamo una forza interna diversa. Prima di presentare la proposta d'acquisto è stata fatta un'analisi commerciale dell'azienda che a livello mondiale è tra le prime del suo segmento e che rappresenta per noi un completamento della gamma: Minotti per le cucine di lusso, Maistri per il medio-alto livello».

Manterrete quindi ben distinti i due marchi?

«Ognuno avrà una sua specificità, a partire dallo showroom: quello di Maistri è stato da poco rinnovato, quello di Minotti verrà realizzato a breve. Alberto Minotti sarà design del gruppo Asso e continuerà ad imprimere il proprio stile anche nei nuovi modelli. La sua presenza sarà un segno di continuità con la storia di Minotti, con la visione e la filosofia di questo marchio».

Il brand Minotti è forte soprattutto all'estero. Ha risentito della crisi aziendale di questi ul-

timi anni?

«Si è indebolito, ma ha ancora peso in tutto il mondo: basti considerare che il 90% del mercato è estero. Ho già individuato dei commerciali che avranno anche il compito di salvaguardare il marchio».

Le cucine Minotti sono state oggetto di numerosi tentativi di imitazione in questi ultimi anni. Quali azioni metterete in campo per fermare questo fenomeno?

«Questi falsi, nella maggior parte dei casi realizzati in Italia e venduti all'estero, hanno inficiato la genuinità del marchio. Per salvaguardarlo inizieremo con il marchiare e numerare ciascuna cucina realizzata con un certificato di autenticità e qualità, e con un numero di serie specifico. Seguiremo poi tutta la filiera, dalla produzione della cucina, al luogo in cui verrà venduta fino al cliente finale».

Sono passati quasi due anni da quando ha rilevato Maistri. Un bilancio?



Giovanni Venturini, presidente di Asso Spa

«Il marchio, penalizzato dalla crisi attraversata in passato, si sta riposizionando sul mercato italiano. Inoltre stiamo anche definendo dei contratti sul mercato estero: entro l'anno ci saranno aperture in Inghilterra, Francia, Germania. Al momento vengono prodot-

te mille cucine all'anno».

E che numeri sono previsti per la Minotti?

«Sarà una questione di concetto, non di numeri: a contare sarà la qualità che dovrà essere anche superiore a prima».

© SIMONE BERTINOTTI