

MUSEO FRATELLI COZZI

Elisabetta Cozzi

www.museofratellicozzi.com

www.fratellicozzi.it

DATI ANAGRAFICI: Nata a Busto Arsizio (Va) il 18/11/1968, sposata, due figli.

FORMAZIONE: Laureata in Economia Aziendale, indirizzo Marketing, presso l'Università Commerciale "Luigi Bocconi" di Milano. Anno 1992.

POSIZIONE ATTUALE:

Nel 2004 fa il suo ingresso nell'azienda di famiglia, la F.lli Cozzi Spa, dove ha occupato il ruolo di Amministratore Delegato fino a giugno del 2016.

Fondata dal padre nel 1955 e gestita dal 1991 dal fratello Roberto, l'azienda opera nel settore automotive. Storica concessionaria del marchio Alfa Romeo, Fratelli Cozzi dal 2007 rappresenta anche i marchi service BMW e Mini e dal 2013 Fiat Lancia e Jeep, offrendo tutti i servizi legati all'automobile: vendita, noleggio, servizi finanziari e assicurativi, assistenza, ricambi e carrozzeria.

Nel 2015 nasce il Museo Fratelli Cozzi, uno spazio innovativo che ospita la collezione di Alfa Romeo del fondatore Pietro Cozzi.

Nel 2016 dà vita ad una nuova business unit ed un nuovo team. E' a tutti gli effetti una start up, una start up che ha 60 anni.

Il Museo Fratelli Cozzi, rappresenta un sodalizio speciale fra il mondo dell'auto e l'architettura. In uno spazio essenziale nella forma ed esclusivo nei dettagli, brillano le carrozzerie multicolori di un marchio icona del Made in Italy.

Il museo nasce dalla passione di Pietro Cozzi che dal 1955, anno di fondazione della Fratelli Cozzi Spa, decide di collezionare un esemplare per ogni modello prodotto da Alfa Romeo, scegliendo tra l'allestimento più performante o interessante ai fini del collezionismo.

Insieme alle auto vengono conservate oltre 150 stampe originali, depliant, libretti d'uso, trofei, oggetti d'arte insieme alle maggiori riviste del settore e a numerosi altri reperti.

Le automobili esposte, suddivise in berline, coupé e spider, rappresentano un patrimonio importante per la storia dell'automobile italiana e i documenti conservati nel Cozzi.Lab testimoniano il percorso commerciale, le tecniche di vendita e marketing dell'azienda che le ha vendute.

Dal 2011 segue gli investimenti immobiliari della holding di famiglia Permaco SpA, curandone le strategie di marketing e le politiche commerciali.

OCCUPAZIONI PRECEDENTI:

Dopo la laurea partecipa presso il Gruppo Rinascente al Master Buyer e qui rimane per un lungo periodo di stage.

Nel 1994 inizia la sua esperienza lavorativa in Information Resources Inc., multinazionale americana specializzata in ricerche di mercato nel settore del largo consumo.

Qui ricopre ruoli di crescente importanza sino ad assumere nel 2002 la posizione di Retail Service Account Director.

Gestisce numerose risorse umane e ha la responsabilità dei rapporti commerciali con le principali Catene della Grande Distribuzione Organizzata, sviluppando un significativo fatturato.

ESPERIENZE SIGNIFICATIVE PERSONALI ED AZIENDALI:

Al suo arrivo in Fratelli Cozzi nel 2004 partecipa al Master Dealer, organizzato dal Gruppo Fiat e dedicato alla formazione ed alla crescita dei giovani dealer Alfa Romeo.

Dal suo arrivo nell'azienda di famiglia realizza e contribuisce a realizzare i seguenti progetti:

- Nel 2006 viene implementato un significativo cambio di strategia aziendale. Viene definito un nuovo posizionamento ed acquisiti due nuovi marchi nel service: BMW e MINI. L'azienda si rivolge ad un target di clientela medio-alto e modifica la propria struttura e la propria strategia di comunicazione per avvicinarsi maggiormente al target obiettivo.
- Nel 2007 viene realizzata una totale ristrutturazione aziendale per dare coerenza alla struttura rispetto al nuovo posizionamento, curando il progetto affidato allo studio Buratti&Battiston Architects, dando vita ad una struttura all'avanguardia in termini di design, funzionalità ed organizzazione degli spazi.
- Nel 2009 viene concepito un piano strategico per il rilancio delle vendite di auto usate, creando il marchio AutoCozzi55, rivolto ad una particolare fascia di consumatori giovane e attenta alla convenienza. Coerentemente viene sviluppata una innovativa politica di marketing basata sul web 2.0, i social network, le community.
- Nel corso del 2009 Elisabetta è project leader del progetto BMW QMA (progetto internazionale di Quality Management) volto all'ottenimento della certificazione dei processi aziendali; alla fine dell'anno l'azienda riceve il diploma che la casa tedesca rilascia alle aziende che raggiungono gli standard.
- Nel 2010 Elisabetta dà il via ad un progetto nell'ambito del controllo di gestione, dividendo l'azienda in Aree Strategiche d'Affari ed organizzando, in collaborazione con la società di consulenza Snap On, un articolato sistema di analisi, verifica di dati strategici ed operativi volti ad aiutare l'azienda in ogni fase dei processi decisionali.
- Nel 2010 fonda con il padre ed il fratello Annocinquantacinque, associazione senza fini di lucro volta alla gestione ed alla valorizzazione di oltre 50 auto Alfa Romeo collezionate negli anni, rappresentativo della storia industriale del marchio milanese dal 1950 ad oggi.
- Nel 2011 fonda insieme ad alcuni colleghi ASIB (Associazione Italiana Service BMW) per rappresentare gli interessi dei Service BMW. E' delegato area nord.
- 2011: l'azienda entra nel Gruppo Intergea
- Nel 2012 fonda il consorzio CESFA (Centro di Eccellenza per lo Sviluppo e la Formazione nell'Automotive) di cui è Presidente. Il Consorzio aiuta i Dealer ad accedere ai fondi nazionali ed internazionali volti a finanziare la formazione e lo sviluppo
- Nel 2013 e 2014 Fratelli Cozzi si sviluppa ulteriormente ed acquisisce i mandati Fiat Lancia Jeep
- Dal 2013 Elisabetta assume diretta e piena responsabilità e gestione del reparto aziendale Service (Assistenza e Ricambi) ed entra a far parte della community La Consulta dei Service Manager che riunisce i responsabili service delle più importanti concessionarie d'Italia, condividendo conoscenze ed esperienze
- 2015: Fratelli Cozzi inaugura il Museo Fratelli Cozzi Alfa Romeo
Fratelli Cozzi, azienda da sempre rispettosa e sostenitrice del proprio territorio e dei suoi stakeholder, sviluppa la filosofia della Responsabilità Sociale dell'Impresa con diverse iniziative nei confronti dei propri dipendenti, della comunità e dell'ambiente.
- Intensifica la formazione delle proprie risorse conseguendo due importanti risultati: la fedeltà all'azienda delle persone, testimoniata dal basso turnover e i diversi premi per CSI (Customer Satisfaction Index) riconosciuti da Alfa Romeo e da Bmw-Mini, premi che l'azienda condivide con le proprie risorse.
- Negli anni appoggia e sostiene il Comune di Legnano ed altri Comuni della zona in molte iniziative

- Sostiene la fondazione Famiglia Legnanese, donando ogni anno 2 borse di studio agli studenti meritevoli della città.
- Nel 2006 Fratelli Cozzi diventa la prima impresa di Legnano e la prima concessionaria in Italia a Impatto Zero. Adottando il rigido protocollo di Lifegate, vengono compensate le emissioni di CO2 attraverso la creazione e la tutela di nuove foreste.
- Dal 2008 Fratelli Cozzi devolve le somme nei regali natalizi ai progetti di Save The Children e di Fondazione Rava
- Nel 2011 viene inaugurato un impianto fotovoltaico che rende l'azienda autonoma nella produzione di energia elettrica.
- Nel 2015 inaugura il Museo Fratelli Cozzi Alfa Romeo: aperto al pubblico gratuitamente una volta al mese, il museo collabora con le scuole, con le istituzioni e con il territorio mettendosi al servizio della cultura

RICONOSCIMENTI:

Nel 2007 Elisabetta è tra i vincitori del concorso indetto da Interautonews (mensile di informazione per gli operatori automotive), Federaicpa (Associazione dei concessionari italiani) e Mobil, rivolto ai progetti innovativi dei giovani dealer, con il progetto di sviluppo strategico legato al marchio BMW. Nel 2010 Elisabetta riceve il Premio Europeo Donna Terziario, alla sua quarta edizione, destinato alle imprenditrici delle regioni "motore" d'Europa. Premio destinato alle donne che si distinguono per le attività svolte nel valorizzare la figura della donna imprenditrice.

Nel 2013 con il progetto Woman In Power Fratelli Cozzi viene selezionata tra le case history più rilevanti in Italia nel marketing innovativo e Elisabetta presenta il progetto all'Automotive Dealer Day. Il progetto, con l'immagine dell'auto coperta dal telo, è finalista al concorso nazionale "premio immagini amiche", premio sostenuto dall'alto patronato del presidente della repubblica e dedicato all'impatto del marketing e della pubblicità sulla parità tra donne ed uomini. Intende valorizzare una comunicazione per immagini che non strumentalizzi le donne, non utilizzi stereotipi e al tempo stesso veicoli messaggi creativi propositivi. Inoltre incoraggia la crescita di una diversa generazione di creative e creativi più attenta e socialmente responsabile.

Nel 2013 Fratelli Cozzi vince il concorso nazionale dedicato ai dealer per la migliore comunicazione Post Vendita e nel 2014 presenta i contenuti della propria attività di comunicazione in un workshop all'Automotive Dealer Day

2014 e 2016: Fratelli Cozzi è premiata dalla Regione Lombardia per le buone prassi aziendali. Unica concessionaria lombarda ad essersi distinta nella CSR.

2016: il Museo Fratelli Cozzi entra in Museimpresa, la più importante associazione italiana di Musei di Impresa insieme ad imprese come: Olivetti, Kartell, Campari, Pirelli, ecc; il Museo viene scelto come destinazione dei circuiti FAI

CHIESA DI MILANO

Don Walter Magnoni

- Presbitero dell'Arcidiocesi di Milano dall'anno 2000
- Responsabile della Pastorale Sociale e del Lavoro dell'Arcidiocesi di Milano
- Coordinatore della Pastorale Sociale lombarda e membro del gruppo esperti e della consulta di pastorale sociale CEI
- Ha conseguito il dottorato in teologia morale presso la Pontificia Università Gregoriana con una tesi dal titolo:
Persona e Società: linee di etica sociale a partire da alcune provocazioni di Norberto Bobbio, Glossa 2011
- Tra le sue Pubblicazioni segnaliamo:
W. Magnoni, A. Bonifai, S. Cucchetti, S. Guarinelli
La bussola della vita buona
Editore Ancora 2013

W. Magnoni, C.M. Martini, A. Quadrio Curzio
Affrontare la tempesta con serenità e forza
Editore Centro Ambrosiano 2014

W. Magnoni , S. Petrosino, A. Scola, L. Campiglio
Non soli ma solidali
Editore Centro Ambrosiano 2014

W. Magnoni, P. Malavasi (a cura di)
Laudato sì'. Niente di questo mondo ci è indifferente
Editore Centro Ambrosiano 2015

PARLIAMO DI THE

Mireille Sardo

www.parliamodithe.com

Artista; Self Made Woman; Oltre 20 anni di esperienza nel ambito commerciale.

Dal 2009 "Arte Culture Passione e Degustazione" si combinano per offrire ai nostri clienti i migliori Thè dal mondo.

Oltre 300 tipi di thé , tisane e infusi sia sfusi che confezionati

Retailer Ufficiale : Dammann e Jardin de Gaia

Sala da thé con somministrazione , biscotti (Slow food), torte artigianali 28 postazioni sedute

Vendita di accessori di preparazione (tazze e teiere)

Conduzione familiare

E-commerce

CONCETTO COMMERCIALE :

- Sentirsi a casa : Piacere di condividere insieme la stessa passione
- Confort Lounge Tea : Arredamento e ambiente asiatica
- Corsi, Formazione e Degustazione
- Catering : Eventi Privati e Professionale Matrimoni etc...
- Eventi spéciale e altre Corsi
- Spettacolo Con il Maestro Jing Gang Kung Fu tea aprile 2017
- Corsi di pittura tradizionale giapponese con la Maestra Okumura Shoko maggio 2017

Oggi Siamo tra i migliori Tea shop D'Italia

Presenti nella rivista " Il Gambero Rosso"

Vincitori di una menzione nel concorso :

Premio Nazionale per l'Innovazione ConfCommercio 2014

APPASSIONATE© UN'IDEA CHE DIVENTA IMPRESA, UN'IMPRESA CHE DIFFONDE ESEMPI



Filomena Pucci

Appassionate è un libro, finanziato con crowdfunding e realizzato facendo un lungo viaggio in Italia e in Europa per rintracciare esempi di donne che erano riuscite a trasformare le loro passioni nella loro impresa. Come si fa a trasformare la propria PASSIONE in un LAVORO?

Io avevo bisogno di saperlo e sono andata a cercare le loro risposte. Da lì è nato “Appassionate. Storie, donne, imprese” un piccolo caso editoriale di cui hanno parlato tv e giornali.

Dopo la pubblicazione credevo che il mio lavoro fosse finito, quando ho capito che molte altre persone avevano la stessa necessità. Un’impresa sana è quella che intercetta bisogni e con il suo prodotto trova il modo di soddisfarli. Così ho provato a fare io con Appassionate.

Oggi oltre ad essere un libro prodotto e distribuito da me su Amazon, e una pagina facebook molto seguita, è un tour in continua evoluzione, e anche un sito, con cui raccolgo e diffondo storie esemplari di imprenditrici appassionate.

Appassionate è anche giornate inspiring per imprenditori e aziende che vogliono coltivare un modo nuovo di lavorare, e rintracciare il modo umano di creare prodotti utili e necessari.

Da un’idea a un brand.

Quello che ti piace fare è ciò che sai fare meglio” “l’ho tenuto scritto per anni su un post-it attaccato vicino alla mia scrivania. Adesso lo faccio tutti i giorni e finalmente il mio lavoro ha senso per me e per la comunità.

Appassionate: storie donne imprese è su facebook, andate a mettere il vostro like.

Su Amazon invece se volete acquistare il libro (ricordate che è una mia produzione e che non è in libreria)

Oppure nel web www.appassionate.eu per leggere le altre meravigliose storie appassionate.

Infine per i workshop e le giornate inspiring e le tante collaborazioni possibili, potete parlarne con me dopo il convegno, magari prendendo un caffè.

STRATEGIC PLANNER

Barbara Monteleone



Oltre 30 annidi esperienza in comunicazione. Dopo due iniziali anni di lavoro a Londra per Banca Commerciale Italiana, inizia la carriera professionale nel settore della comunicazione, nei principali advertising network internazionali come Y&R, JWT (Milano e Roma) Leo Burnett/BGS gestendo la relazione con grandi aziendecome Barilla- Mulino Bianco, Unilever, Alitalia e Fiat.

Per molti anni ha ricoperto il ruolo di International Client Director, con responsabilità direttive e di coordinamento del network Europeo.

Negli ultimi 10 anni ricopre il ruolo di Stategic Planner e collabora con Ottosunove dalla sua fondazione.

OTTOSUNOVE

LA NOSTRA MISSION: MOTIVIAMO ALLA SCELTA

Siamo consulenti sul processo di acquisto, non solo grazie alla nostra conoscenza professionale delle tecniche di comunicazione, ma anche perché studiamo e interpretiamo i meccanismi cerebrali coinvolti nel processo di scelta di un prodotto.

Abbiamo **due asset fondamentali** per raggiungere i nostri obiettivi.

Tre reparti con competenze specifiche, che lavorano **in sinergia** per permettere ai Brand di entrare in contatto e seguire il **consumatore** lungo **tutto il processo d'acquisto**.

Per capire meglio come vengono prese le decisioni in modo da costruire strategie efficaci e progetti di marketing e comunicazione in grado di trasformarsi in sell out utilizziamo un **APPROCCIO NEUROMARKETING**