

A FIANCO DELLE AZIENDE

A cura della redazione

Prezzari regionali, servizi sulla cessione del credito, tutela del Made in Italy e promozione del marchio Posa Qualità. L'attività dell'associazione **Anfit** raccontata dal nuovo presidente Marco Rossi

Il ruolo di un'associazione è quello di fornire servizi e agevolare il lavoro dei propri associati.

"Tra i compiti più impegnativi che abbiamo affrontato c'è la redazione e successivi aggiornamenti del prezzario regionale e nazionale - spiega Marco Rossi, neo eletto presidente di **Anfit**, Associazione Nazionale per la Tutela della Finestra Made in Italy - . Un'operazione che richiede molto lavoro dietro alle quinte, dovendo contattare e confrontarsi con tutte le regioni in modo da raggiungere maggiori allineamenti nei capitolati anche pubblici e più regolarità sui prezzi. Ab-



biamo inoltre avviato un servizio sulla cessione del credito. Siamo stati gli unici a mettere a disposizione una persona delegata che svolgesse il ruolo di interlocutore, con il compito di risolvere eventuali problematiche dal punto di vista burocratico nella gestione delle pratiche sulla piattaforma. Un lavoro gravoso che però ci ha dato grande soddisfazione, con un feed back molto positivo e grazie al quale abbiamo ricevuto nuove richieste di adesione ad **Anfit**".

Quante aziende associate avete?

"Siamo passati da 30 nel 2021 a 38 nel 2022 e stimiamo di raggiungere il centinaio a fine anno. L'associazione nasce dagli operatori del mercato pvc, ma da quando sono in associazione abbiamo aperto anche ad altri materiali e a tutti i prodotti che siano compatibili con la serramentistica perché comunque tuteliamo il serramento e il Made in Italy, e cerchiamo di fare gruppo anche per difendere gli interessi della nostra filiera presso le istituzioni".

È stato per quattro anni vicepresidente, adesso come si pone da neo-eletto presidente?

"Sicuramente intendo continuare la strada che abbiamo percorso in questi anni perché ricca di soddisfazioni e di suc-

cessi sia per Anfit sia per gli associati. Proseguiremo con il servizio dedicato alla cessione del credito, in attesa di vedere che cosa si deciderà per il Superbonus. Intendo anche far crescere Anfit anche in termini di associati investendo maggiormente nella comunicazione per far capire ai nostri player tutto il lavoro che svolgiamo, prendendo come esempio quello che abbiamo fatto proprio per la cessione credito, che è stato un successo perché le aziende si sono parlate fra di loro. Personalmente da qualche mese sto lavorando anche a un altro progetto per un ulteriore salto di qualità dell'associazione".

A proposito di incentivi fiscali, inizialmente Anfit era contraria allo sconto in fattura per quale motivo?

"Per come era stato proposto. Sono andato a Roma intervenendo al Senato spiegando le ragioni. Impensabile che un'azienda potesse acquisire dei crediti avendo già l'8% di ritenuta sul fiscale, che tra l'altro aveva già messo in ginocchio molte attività. C'era inoltre il rischio di bloccare lo sviluppo delle piccole realtà, una discriminante sul libero mercato. Diverso invece è cedere il credito ai fondi previdenziali e alle banche, in maniera tale da poter essere fruibile dalla piccola alla medio e grande impresa. Queste osservazioni hanno portato alla modifica della bozza".



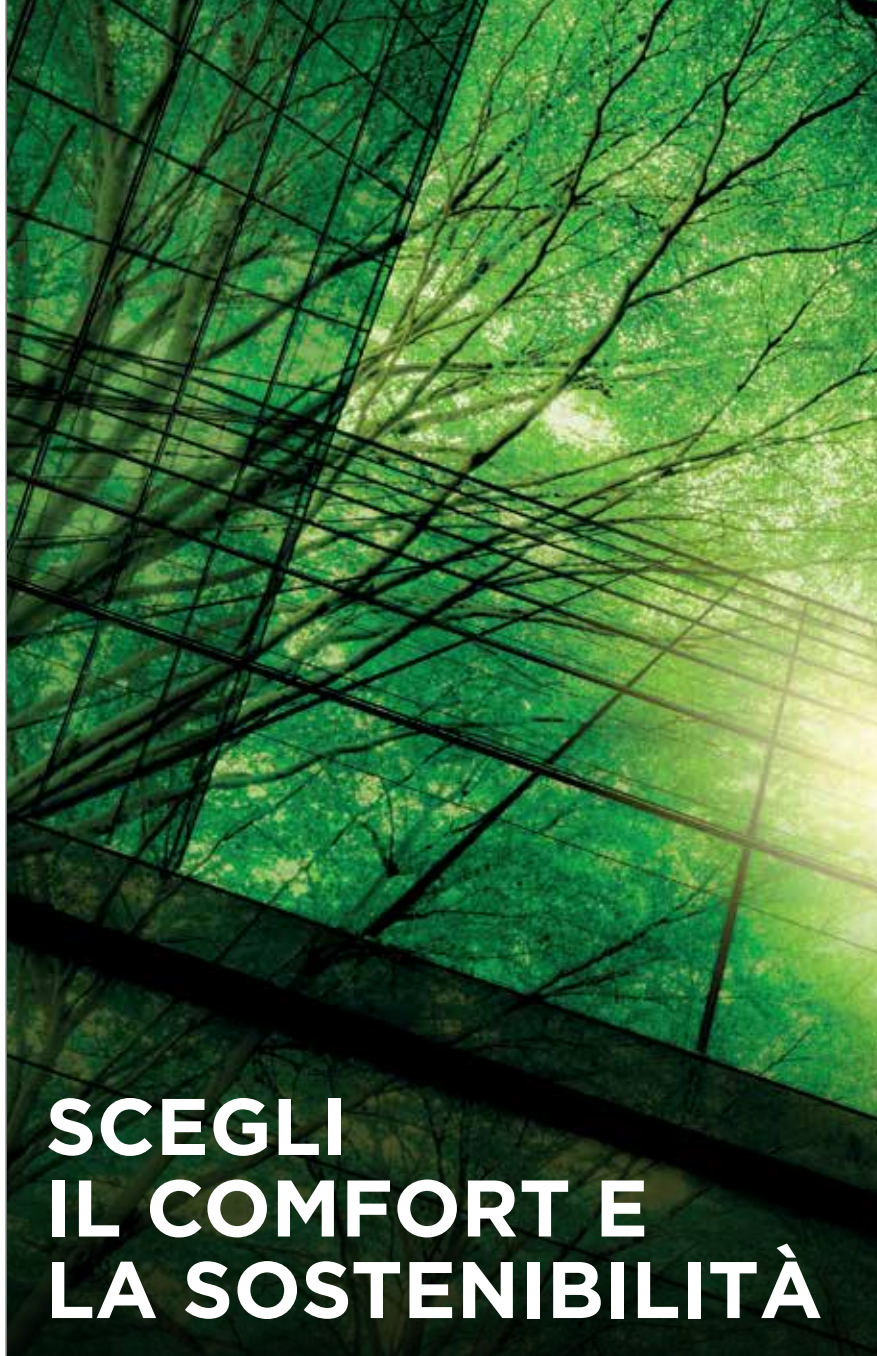
Cosa pensa del marchio Posa-Qualità?

"Ho portato il direttivo dell'associazione Anfit a sposare il marchio Posa Qualità perché sono sempre stato convinto che unendo le forze sia più facile raggiungere gli obiettivi che favoriscano la crescita del nostro comparto, mantenendo standard elevati a prescindere dagli obblighi normativi.

Avendo partecipato alle riunioni infra-

associative per lo sviluppo del marchio, ho poi spinto per aderire anche come azienda. Secondo me andrebbe valorizzato maggiormente soprattutto a livello di insieme nella comunicazione. A mio avviso questo marchio avrà davvero successo quando sarà richiesto dal basso, dagli utenti finali, e non perché inserito in un capitolato per restare un unicum. Per questo è necessaria molta formazione, informazione, marketing più spinto rivolto appunto al cliente privato, e non solo agli addetti ai lavori, in modo che diventi consapevole che non tutti i serramenti sono posati a regola d'arte". ■

**L MARCHIO POSA QUALITÀ
AVRÀ DAVVERO SUCCESSO
QUANDO VERRÀ CHIESTO DAL
CLIENTE PRIVATO**



SCEGLI IL COMFORT E LA SOSTENIBILITÀ

GUARNIZIONI PER FINESTRE

Guarnizioni dalle alte prestazioni di tenuta all'aria e all'acqua abbinata ad un'ottima resa estetica. Disponibili in Plastica Seconda Vita per dare maggiore sostenibilità al tuo prodotto ed alla qualità abitativa.



ROVERPLASTIK

www.roverplastik.it

PROWINDOW