



Ogni esperienza che ho svolto nella vita ha contribuito a sviluppare delle competenze trasversali.

Come **imprenditore di Ippogrifo** mi sono messo alla prova, coniugando l'aspetto creativo e le capacità relazionali e manageriali sviluppate nel corso degli anni. Il buon senso e l'umiltà di imparare nuove nozioni hanno contribuito ad acquisire fiducia in me stesso. Ritengo che mettersi in gioco ed affrontare ogni giorno sfide e problematiche nuove siano elementi che fanno crescere un uomo non solo professionalmente.

L'ecclettismo che ha caratterizzato la mia esperienza professionale pregressa negli anni passati, nonché il "doppio" background formativo (artistico e di marketing), mi permettano di integrare, all'interno del mio profilo, competenze interdisciplinari e capacità di gestire e dialogare con i diversi settori dell'impresa: dagli aspetti tecnici del prodotto al design fino ad arrivare alla valutazione sulla messa in produzione e alle strategie di marketing. In altri termini ritengo di avere le competenze per poter coordinare progetti esecutivi di prodotti attraverso un approccio integrato fra aspetti tecnici, stilistici, produttivi, di marketing e comunicazione che valorizzino la componente estetica e funzionale dei prodotti stessi.

Ho un temperamento artistico capace di trasmettere emozioni. La mia indole è rimasta un po' in ombra fino a un certo punto della mia vita e con la creazione della mia impresa è esplosa. L'arte mi interessa a tutto tondo. Un contesto professionale d'elezione sarebbe quello in cui poter coniugare il ruolo di direttore creativo e brand manager per dare forma alle mie idee creative. Credo nel coinvolgimento emotivo dei miei collaboratori e credo nella risorsa umana come fattore determinante per il buon risultato sia economico che produttivo di una qualsiasi realtà imprenditoriale. Ho il pregio di saper coinvolgere e saper persuadere con rispetto e fermezza i miei collaboratori e fornitori.

Una grande passione per il mio lavoro, essere determinato e una forte capacità comunicativa e relazionale mi hanno sempre permesso di creare un forte senso di squadra e di appartenenza con i miei collaboratori e superiori raggiungendo sempre gli obiettivi di crescita, quantitativi e qualitativi, definiti in aziende operanti in mercati di beni di lusso, maturi e fortemente competitivi.

Ho competenze e capacità a seguire tutte le attività relative alla gestione del brand; ideazione di nuovi prodotti e relativi accessori; seguire le fasi strategiche aziendali: selezione dei prodotti e decori; analisi delle vendite dei prodotti; attività relative alla progettazione e prototipazione di arredamenti ed elementi di arredo personalizzati e di lusso.

Oggi molte nazioni, tra cui la Cina, l'India, il Brasile e la Spagna stanno insidiando la leadership tanto sotto l'aspetto quantitativo quanto sotto quello qualitativo. Il tema non è "produrre di più" ma realizzare prodotti più ricercati e che rispondano ai bisogni di una utenza evoluta. Il fattore principale è di soddisfare i loro desideri. Anche l'immagine del prodotto diventa dunque una componente essenziale, insieme a un "plus" che rende quel prodotto unico e speciale. Ogni impresa deve trovare quel "plus". L'obiettivo, quindi, va oltre alla vendita del prodotto inteso come quantità: è necessario prima di tutto comunicare una "emozione", un brand, un servizio che completi e finalizzi il concetto di prodotto.

Bisogna saper vendere il vero Made in Italy fatto di ricercatezza, qualità ed estetica.

Franco Cappella