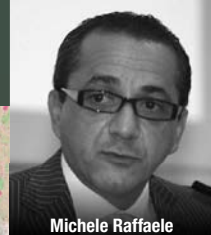


Indagine: l'installatore come sceglie i fornitori? Su tutto qualità/prezzo e affidabilità delle consegne

Commercio

idrotermosanitario

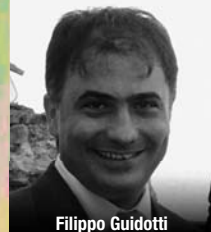
Sappiamo far **comunicare** lo spazio di **vendita**?



Michele Raffaele



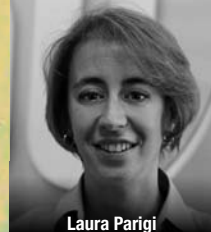
Maurizio Chiessi



Filippo Guidotti



Stefano Zaniboni



Laura Parigi



Nando Alfonso



Franco Morganti



Matteo Chenet



Christian Wierer

Nomi

Nando	Alfonso	44
Michele	Caterino	20
Matteo	Chenet	58
Maurizio	Chiessi	20
Federica	Fortis	64
Filippo	Guidotti	26
Hartmut	Lutz	60
Franco	Morganti	46
Mauro	Odorisio	20
Laura	Parigi	42
Ilaria	Portioli	8
Michele	Raffaele	20
Roberto	Schiesari	20
Emanuela	Tosto	6
Christian	Wierer	62
Stefano	Zaniboni	38

SOMMARIO

ottobre 2010



32

GRANDANGOLO

Notizie dall'its 6

ENTRANO

I nuovi prodotti che entrano nei listini 10

PRIMO PIANO

ANGAISA
Vendite ok in giugno, ma la strada è ancora lunga 16

DELTA ITS
Serve un approccio sinergico tra produzione e distribuzione 20

PROTAGONISTI DISTRIBUZIONE

TERMOADRIATICA
Strategie misurate sul territorio per distinguersi dalla concorrenza 26

CHE RIVENDITORE SEI?

STRUMENTI DI ANALISI DEL PDV
Sappiamo far comunicare e "vendere" lo spazio di vendita ? 32

PROTAGONISTI PRODUZIONE

RINNAI
Quando semplicità e pragmatismo sono le scelte vincenti 38

PARIGI INDUSTRY
Un autunno al banco per festeggiare i sessant'anni di attività 42

MONDOESA LAZIO
Una soluzione chiavi in mano per migliorare servizio, logistica e business intelligence 44

MORGANTI
Sicurezza e durata per utensili e abbigliamento da lavoro 46

➤ Michele Raffaele



20

➤ Maurizio Chiessi



20

➤ Filippo Guidotti



26

➤ Stefano Zaniboni



38



38

INDAGINE: I RAPPORTI DI FILIERA

L'INSTALLATORE COME SCEGLIE I FORNITORI?

Qualità/prezzo e affidabilità delle consegne i principali criteri di selezione **50**

TREND

Andamento di mercato di luglio-agosto 2010 **55**

ATTUALITÀ

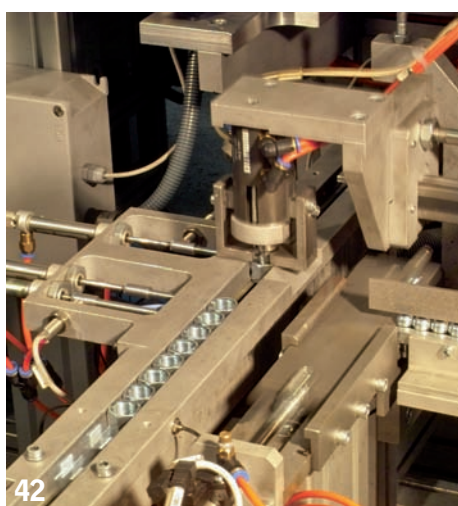
Alla 5ª edizione di SITE anche un focus sul solare termico **66**

INNOVAZIONE

CILICHEMIE
Tattamento dell'acqua con tecnologia Rfid **70**



26



42

VISSMANN
Efficienza tangibile delle caldaie a pellet **71**

TESTO
Analisi sicure con la matrice dei fumi **72**

LIBRI
Leggere per conoscere **74**

PANORAMA **76**

IMPIANTINEWS Ultim'ora

Finanziamenti per l'impiego di fonti rinnovabili

La Regione Friuli Venezia Giulia con la deliberazione n. 1157/2010 ha emanato un bando che eroga contributi per favorire l'efficienza energetica e l'impiego di fonti rinnovabili da parte delle imprese. Il bando rientra nelle iniziative programmate per l'utilizzo delle risorse del Fondo europeo di sviluppo regionale (FESR) nel periodo 2007-2013, per quanto riguarda l'obiettivo "Competitività regionale e occupazione". Sono a disposizione 8 milioni di euro, di cui oltre 1,9 milioni rappresentano la quota di cofinanziamento dell'Unione europea, 4,2 la quota nazionale e oltre 1,8 la quota regionale. Possono accedere a questi finanziamenti le imprese del Friuli Venezia Giulia che operano nei settori industriale, artigianale, turistico e commerciale. Le domande dovranno essere presentate alla Camera di commercio competente per territorio entro il prossimo 30 ottobre.

I costi degli incidenti sul lavoro

Il rapporto "Prevenzione e Sicurezza: tra crescita economica e qualità della vita", recentemente pubblicato dall'Istituto di ricerca Eurispes su richiesta del Consiglio Nazionale degli Ingegneri, si pone l'obiettivo di approfondire il tema della sicurezza sul lavoro. Dal rapporto si evince che nel 2008 in Italia sono stati registrati 874.940 infortuni sul lavoro (37 ogni 1.000 occupati), a fronte dei quali i costi economici e sociali, considerando un costo per singolo infortunio di circa 50.000 euro, hanno superato i 43,8 miliardi di euro, pari al 2,79% del Pil italiano dello stesso anno. Secondo i calcoli dell'Eurispes, la riduzione del numero di infortuni sul lavoro genererebbe un risparmio di 438 milioni di euro (nell'ipotesi di diminuzione dell'1% del numero di infortuni), quasi 2,2 miliardi di euro se gli infortuni diminuissero del 5%.

↻ Laura Parigi



42

↻ Nando Alfonso



44

↻ Franco Morganti



46

↻ Matteo Chenet



58



Grande attenzione a banco e showroom

Strategie misurate sul territorio per distinguersi dalla concorrenza

NUOVO ASSETTO SOCIETARIO

Filippo Guidotti, uno dei tre soci: "Conosciamo i meccanismi della grossa distribuzione e per questo mettiamo a disposizione dell'operatore locale un'esperienza 'globale'"

L'azienda marchigiana, che non fa parte di consorzi e gruppi d'acquisto, ha potenziato il magazzino e il supporto ai clienti

Trentasei anni di attività appena compiuti e assetto societario rinnovato per la Termoadriatica di Grottammare (Ascoli Piceno), che dalla scorsa primavera è passata sotto il controllo di Filippo, Roberto ed Elisabetta Guidotti.

I tre fratelli hanno raccolto il testimone direttamente dal padre Domenico, che nel 1974 aveva dato vita a un'impresa artigiana nel corso degli anni orientatasi sempre di più sul commercio per l'impiantistica. Non a caso, nei primi anni Novanta l'azienda marchigiana è stata tra i soci fondatori di Europa 2000 (Prontogros), ma anche tra le prime in Italia a sperimentare il self-service per installatori.

Oggi la termoidraulica con il carrello è stata messa da parte in favore di una maggiore attenzione per banco, showroom e corsi di formazione. Mentre l'insegna campeggia da sola, senza essere affiancata da quella di gruppi d'acquisto o consorzi, il bacino d'utenza spazia tra le province di Macerata, Ascoli Piceno e Teramo. Un'area dalla vocazione commerciale e turistica a cavallo con l'Abruzzo, e in cui la distribuzione organizzata è ben rappresentata.

Il passaggio di consegne tra padre e figli ha comportato delle difficoltà?

No, è stato tutto abbastanza semplice sotto il profilo gestionale, seppure con qualche difficoltà sotto l'aspetto amministrativo e burocratico. Nostro padre attualmente non ha incarichi in azienda, ma continua a offrirci un utile contributo commerciale e tecnico. Spesso è ancora "richiesto" da clienti e tecnici.

Che ruolo gioca lo showroom in questo "nuovo corso"?

È un fattore su cui ultimamente stiamo puntando molto, valorizzando marchi di prestigio e prodotti di qualità medio-alta, sebbene attualmente incida sul nostro fatturato per non più del venticinque per cento. Si tratta ad ogni modo di un servizio che offriamo volentieri a installatori, imprese e utenti finali. Riteniamo comunque che ci siano ampi margini di miglioramento.

Ma la sala esposizioni riscuote più successo tra i tecnici o i privati?

Senza altro tra i privati, una buona metà dei quali si fa accompagnare dagli architetti o installatori di fiducia, mentre il resto vi si presenta da solo.

In altre parole, è sempre il banco ad avere la meglio?

Fino a oggi sì, anche se è un discorso abbastanza complesso. Per



L'AREA RISERVATA AGLI OPERATORI

Termoadriatica punta a migliorare il rapporto sia con l'installatore che con il professionista edile, l'architetto e il termotecnico

Termoadriatica

quanto riguarda la nostra zona, riteniamo che ci vorrà molto tempo affinché certi schemi consolidati cambino.

Eppure i segni di evoluzione non mancano, qua e là. Si cerca di andare oltre la mera vendita o fornitura...

Anche noi stiamo puntando maggiormente sul rapporto sia con l'installatore che con il professionista edile, architetto e termotecnico, offrendo servizi che vadano al di là di quelli proposti dalla concorrenza. Conosciamo perfettamente i meccanismi della grossa distribuzione, con cui ci siamo misurati in passato. E per questo riteniamo importante mettere a disposizione dell'operatore locale un'esperienza "globale". Non è un caso che abbiamo rapporti consolidati anche con installatori da oltre duecentomila euro di fatturato.

Ma qual è il loro atteggiamento prevalente sul punto vendita?

Sono molto attenti alla marca e al prodotto, di cui osservano con interesse le evoluzioni. Ma poi la differenza la fanno la disponibilità del materiale, la rapidità della vendita al banco e i tempi di consegna. Basti pensare che ultimamente abbiamo dovuto raddoppiare i nostri banconisti, per evitare file snervanti.

Dunque alla fine è il fattore-tempo a vincere?

I nostri clienti hanno sempre le idee chiare su cosa chiedere. Specialmente per i prodotti di consumo quotidiano. Dunque, il punto di forza che può differenziarci dai concorrenti della grossa distribuzione in mezzo alla quale siamo cresciuti è permettere all'installatore di portare subito a casa il novanta per cento dei prodotti che cerca, senza dover attendere giorni. La grande distribuzione si ferma al settanta per cento e non va oltre.

Questo presuppone un magazzino molto fornito e quindi una controtendenza rispetto a quanto si vede ultimamente...

Se la nostra azienda è cresciuta, e nel primo semestre di quest'anno il fatturato ha avuto un incremento del 9 per cento circa, significa che il servizio di pronto-magazzino a qualcosa serve. I nostri due depositi sono fornitissimi e li gestiamo cercando di fare i nuovi inserimenti nel momento più opportuno, tenendo conto soprattutto di stagionalità e necessità della nostra clientela. Ma questo non significa che si siano creati nuovi spazi di mercato.

In che senso?

È capitato che installatori non facenti parte della nostra clientela abituale siano venuti da noi perché avevamo disponibili "la pompa o il condizionatore" che la concorrenza non era in grado di fornire immediatamente. Ma la torta del mercato è sempre la stessa: se noi cresciamo, vuol dire che abbiamo rosicchiato qualcosa alla concorrenza.

Dunque, se molti hanno ridotto gli stock in magazzino?

Significa che noi abbiamo potenziato un servizio che altri hanno ridotto, ma che comunque è tuttora richiesto. Non a caso, tra i due



GLI SHOWROOM

Allestiti nella sede di Grottammare, gli showroom si estendono su circa cinquecento metri quadrati su tre piani e impiegano tre persone

magazzini e i due depositi di cui disponiamo, il personale è stato aumentato.

Le novità impiantistiche "funzionano" subito oppure c'è bisogno della vostra mediazione e promozione?

È più ricorrente la seconda ipotesi, perché gli installatori hanno concretamente bisogno di spiegazioni e supporto tecnico per capire il funzionamento dei nuovi sistemi impiantistici. Per questo organizziamo incontri di formazione supportati anche dalle case produttrici. Per l'autunno sono già in calendario dei minicorsi per gli aggiornamenti sulla dichiarazione di conformità dell'impianto e tanti altri aspetti tecnico-normativi in continua evoluzione. Inoltre sui nostri siti internet sono presenti sezioni dedicate alle normative e alle informazioni tecnico-commerciali, in parte liberamente accessibili.

Quindi formazione strettamente connessa agli aspetti burocratici, al di là di quelli tecnici...

Certo, è importante fornire assistenza a trecentosessanta gradi all'installatore. La maggior parte del nostro fatturato si realizza con imprese sufficientemente strutturate per far tutto da sé. Ma tra dichiarazioni, detrazioni ed altri adempimenti, un supporto fa sempre comodo a tutti.

Pensate che i nuovi mercati siano ancora un volano per gli affari?

Abbiamo venduto la prima pompa di calore ventisei anni fa e stiamo lavorando molto bene con il solare termico. Quanto al fotovoltaico, che non riguarda specificatamente il nostro settore pur avendoci portato buoni risultati con quasi tre megawatt di moduli venduti negli ultimi tre anni, pensiamo che, specialmente per via delle future evoluzioni del conto energia, ci sarà una selezione che premierà soltanto chi si sarà ben strutturato avvalendosi di qualificati partner tecnico-commerciali.

Prendereste in considerazione l'ingresso in un gruppo o consorzio?

Noi ascoltiamo tutti, valutando attentamente ogni proposta, ma a oggi riteniamo più conveniente continuare con l'attuale politica commerciale, considerando che finora è stata per noi premiante. Questo non vuol dire però che le cose non possano eventualmente evolversi in futuro. ■

© RIPRODUZIONE RISERVATA