

In show room è tutta un'altra scala!

Il rapporto tra il comparto delle "scale" e il canale degli show room multisettore sta evolvendo, già da diversi anni, nel senso di un graduale ma costante rafforzamento. Stiamo parlando di una tipologia di prodotto che, nel panorama dei complementi d'arredo, presenta caratteristiche certamente "sui generis"; questo, sia per le sue peculiarità funzionali e strutturali - con l'impatto che determinano sull'equilibrio spaziale ed estetico di un ambiente -, sia per le caratteristiche tecnologiche e costruttive. L'efficace proposta all'utenza - privata o professionale - di questa famiglia di articoli può dunque richiedere che il distributore sviluppi requisiti ulteriori rispetto a quelli sufficienti per trattare adeguatamente altri tipi di prodotto; requisiti relativi tanto ai servizi di assistenza alla clientela, quanto alla disponibilità di spazio e alla capacità di strutturare in modo opportuno le aree espositive. Basti pensare, infatti, all'ingombro - non solo orizzontale, ma anche verticale - che l'esposizione "al vivo" di un esemplare di scala può comportare all'interno della sala mostra.

Fiducia crescente nel canale multiprodotto

In base alle risposte fornite dai diversi protagonisti del settore che Show Building ha interpellato, emerge un quadro composito per quanto riguarda le scelte distributive. In particolare, tali scelte si presentano variabili rispetto all'alternativa tra canale specialistico e canale multisettoriale, per lo più rappresentato, in quest'ambito, dalla rivendita edile strutturata con show

La scala - prodotto che, in un'ampia varietà di declinazioni, combina valenze strutturali, tecniche ed estetiche - sta trovando nello show room multisettore un eccellente tramite per la proposta al pubblico. Lo sviluppo di competenze specialistiche sempre più approfondite e la capacità di offrire all'utenza - privata e professionale - consulenza e assistenza post-vendita di elevato livello, sono i fattori alla base della crescente fiducia dell'industria verso la rivendita multiprodotto - in particolare quella edile - strutturata con show room.

Di Alessandro Di Caprio. Interviste a cura di Alessia Furia

room. Peraltro, se è vero che il panorama distributivo appare diversificato - riflettendo, con ciò, anche l'articolato declinarsi tipologico del prodotto "scale" -, non manca la possibilità di rinvenire un trend di fondo, quello della costante crescita di interesse delle aziende per la sala mostra multiprodotto, riconosciuta come partner commerciale dalle grandi potenzialità. Troviamo, infatti, sia operatori che già si propongono sul mercato principalmente mediante questo canale, sia aziende che - affidatesi finora in maniera pressoché esclusiva alla distribuzione specializzata - hanno deciso di investire con forza, nel prossimo futuro, sulla rivendita multisettore. Il maturare di elevati livelli di competenza da parte dei salonisti e l'accresciuta capacità di fornire all'utenza adeguati

servizi sia di consulenza - che spesso ha vere e proprie implicazioni progettuali - sia di assistenza post-vendita, sono i principali fattori che stanno persuadendo gli operatori ad avvalersi di questo canale.

I plus della multisettorialità

Si può quindi affermare, in sintesi, che mediante l'offerta di pacchetti di servizi competitivi con quelli garantiti dal canale specializzato, il rivenditore multiprodotto incrementa quel valore aggiunto che già è in grado di creare grazie ad altri plus. Primo fra tutti, la capacità di strutturare format espositivi efficaci, che - attraverso ambientazioni complete - stimolano l'immaginazione del visitatore, anticipando ai suoi

Lo show room multisettore è efficace perché...

- conferisce appeal al prodotto grazie all'efficacia del format espositivo
- permette al visitatore, grazie all'esposizione in vivo di scale completamente montate, di immaginare il prodotto in opera a casa propria
- proponendo una gamma completa di complementi e finiture massimizza il comfort d'acquisto dell'utente, verso il quale, così, dimostra un'elevata capacità di fidelizzazione
- fa dell'area espositiva un'importante vetrina non solo per il singolo prodotto, ma per il marchio stesso, contribuendo a rafforzare e valorizzare la "brand image"

...e sarebbe ancora più efficace se...

- proponesse sempre in esposizione modelli al vivo
- investisse ulteriormente nella formazione specialistica di salonisti e addetti vendite, chiamati a proporre un prodotto che non solo ha particolari implicazioni tecniche ma è anche un complemento d'arredo strutturale
- operasse una selezione dei marchi da esporre, puntando su un gruppo ristretto e possibilmente già affermato sui mercati

occhi il possibile risultato - funzionale ed estetico - del prodotto in opera.

L'inserimento in un'area ben strutturata e valorizzata da allestimenti accattivanti conferisce, inoltre, al "pezzo" esposto - specialmente quando si tratta della scala completa, e non semplicemente del campione - una forza comunicativa di grande importanza, che ne fa - come sottolineato da alcune aziende interpellate - un prezioso veicolo di trasmissione della "brand image". Perciò lo show room multisettore assume valore strategico anche perché la contestualizzazione espositiva qualifica visivamente il marchio, creando fiducia da parte del pubblico e favorendo la penetrazione in zone poco o non ancora presidiate dall'azienda.

Un altro importante fattore cui si deve l'efficacia commerciale dello show room multiprodotto è la completezza merceologica della sua offerta. Trovando la clientela assai vantaggioso rivolgersi a un unico interlocutore per soddisfare tutto un "grappolo" di esigenze tra loro collegate, il rivenditore multisettore dimostra un'elevata forza fidelizzante, con un feedback positivo per tutti i diversi brand trattati.

La rivendita edile, snodo strategico

Come già accennato, i produttori di scale prediligono, fra i distributori del

canale multisettore, i rivenditori edili con show room. Un dato, questo, tutt'altro che casuale. Infatti le aziende del settore hanno ben compreso che la partnership con questo tipo di distributore - che ha un dialogo già avviato con imprese e prescrittori e presidia i cantieri sin dall'apertura - determina ottime probabilità di inserimento a progetto delle proprie scale. Se lo show room edile, sotto quest'aspetto, presenta un plus che vale per il mondo dei complementi e delle finiture in generale, tale vantaggio assume un particolare significato quando si tratti di un prodotto - come la scala - che contribuisce a strutturare lo spazio di un'abitazione, chiamando direttamente in causa il progettista e rendendo complesso, pertanto, il processo di vendita.

Formazione e servizi, volano del business

Non sorprende, quindi, che da parte delle aziende del settore la fiducia nel canale multisettore si accompagni all'invito rivolto ai rivenditori a investire con la massima decisione sulla formazione del personale e sulla predisposizione di servizi completi di assistenza. Cultura tecnica e cultura commerciale devono procedere di pari passo, alla competenza dell'arredatore deve accompagnarsi quella dell'installatore,

tanto meglio se espressa sotto forma di vero e proprio servizio per la posa in opera.

Ecco, spiegato, allora, anche il forte impegno degli operatori nell'organizzare per i partner commerciali articolati corsi di formazione, considerati non un "di più", ma un elemento integrante della sinergia con il distributore, dunque dell'approccio al mercato; non per niente i programmi proposti ai salonisti arrivano a prevedere visite ai laboratori aziendali per l'illustrazione approfondita delle tecnologie applicate al prodotto, al fine di una compiuta trasmissione di know-how specifico. Non meno consistente il supporto fornito dalle aziende ai rivenditori per renderne massima l'efficacia sia nella gestione del cliente - privato o prescrittore -, sia nello sviluppo delle soluzioni espositive: dai software per la progettazione e la preventivazione a quelli per il rendering, da sistemi espositivi studiati "ad hoc" per la migliore presentazione dei componenti e dei dettagli delle scale, fino alla consulenza diretta per la strutturazione del format espositivo in sala mostra. Tutte forme di supporto che sono offerte ora in modo gratuito, ora dietro richiesta di un contenuto investimento, oppure nel quadro di un più generale e ben definito accordo di partnership.



Ivan Bartolucci
Direttore
Vendite Italia
Albini&Fontanot

La produzione di scale di design Albini & Fontanot è distribuita con successo in Italia da oltre 1.500 punti vendita. L'azienda riminese è, infatti, in grado di coprire capillarmente tutto il territorio nazionale, grazie a una rete distributiva multicanale, composta da 450 punti vendita del "fai da te", 600 rivenditori di materiale edile e 500 rivenditori di finiture.

SB: La vostra esperienza nella relazione con i rivenditori edili e di finiture è particolarmente consolidata. Quali sono, secondo Lei, i loro plus?

Bartolucci: Sicuramente Albini & Fontanot è stata tra le prime aziende in Italia a credere nelle potenzialità dei rivenditori di materiale edile per i prodotti di finitura. Sono già dieci anni che i nostri rivenditori edili, ormai 600, vendono con successo le nostre scale della linea Arkè. Molti di loro, proprio partendo dalla linea Arkè, hanno progressivamente allargato il portafoglio prodotti introducendo le scale di design, su misura, e hanno ottenuto ottimi risultati sfruttando le sinergie di un'offerta di prodotti che risulta completa sia per l'impresario che per il privato.

SB: In generale, in che modo i rivenditori potrebbero, secondo voi, migliorare la loro efficacia commerciale? Vi sentite di dare qualche suggerimento?

Bartolucci: Ritengo che la maggioranza dei rivenditori siano efficaci ed

efficienti sotto l'aspetto commerciale. L'esperienza, comunque, ci ha insegnato che è un dovere dell'azienda fornitrice offrire ai propri rivenditori suggerimenti e strumenti di marketing idonei a incrementare la vendita del proprio prodotto. Quindi l'unico consiglio che potrei dare a un rivenditore è di scegliere come fornitori aziende che, oltre a offrire un prodotto di alta qualità, siano pronte a investire nel e per il rivenditore.

SB: Quali sono, in particolare, i fattori di successo dei rivenditori multisettore?

Bartolucci: Riteniamo molto importante la dimensione dello show room, dato che, per quanto ci riguarda, lo spazio ideale per presentare al meglio la nostra offerta di scale è di 20-25 metri quadrati. Gli spazi espositivi sono "taylor made", cioè fatti su misura per il nostro cliente come fa un sarto con un bel vestito. Tutto questo senza, comunque, rinunciare all'obiettivo di un layout omogeneo in tutti i punti vendita per assortimento, colori e material POP. L'investimento per i nostri clienti è minimo ed è richiesto solo per le scale esposte, mentre la progettazione è gratuita, così come tutto il materiale POP.



Albini&Fontanot - collezione Reflex
Nuovo e completo sistema di scale, con gradini in massello di faggio naturale o in frassino, da 42 mm di spessore, supporti in acciaio e spessori in policarbonato trasparente che consentono la regolazione in altezza. Altamente personalizzabile, Reflex nella foto è proposta con ringhiera Lux (corrimano in legno massello, colonnine a sezione circolare con diametro 27 mm, in acciaio inox con finitura lucida, collegate mediante tondini longitudinali in acciaio inox).



Albini&Fontanot - collezione Techne
Design e tecnologia sposano la plastica in questa collezione rivoluzionaria. Per la prima volta, utilizzando la tecnologia dello stampaggio ad iniezione, l'intero scalino viene realizzato in soli tre pezzi. La pedata dei gradini è antisdrucchiolo e la miscela di diversi polimeri consente una moltitudine di colori e soluzioni.

“Albini & Fontanot è stata tra le prime aziende in Italia a credere nelle potenzialità dei rivenditori di materiale edile per i prodotti di finitura, che oggi sono protagonisti del mercato. Abbiamo investito in loro e per loro: questo è stato fondamentale”

Albini&Fontanot nasce nel 1970 a Rimini, come laboratorio artigianale che produce scale per interni. Quasi quarant'anni di esperienza, continua ricerca e capacità innovativa, hanno portato Albini&Fontanot alla trasformazione globale del sistema aziendale, da artigianale a industriale, e a commercializzare con successo il proprio brand in tutti i più importanti paesi europei attraverso una rete di distributori di qualificata esperienza. Oggi, la costante ricerca della qualità nei prodotti e nei processi aziendali è per Albini&Fontanot un elemento fondamentale di strategia e di crescita aziendale grazie ad uno staff tecnico di progettazione composto da personale di consolidata esperienza. La qualità finale del prodotto è ricercata sin dalla scelta dei materiali migliori, con standard superiori a quelli indicati dalle normative vigenti. E' inoltre, un'azienda "design oriented", che produce innovazione anticipando il mercato con soluzioni originali di design ad alto contenuto tecnologico, versatili e in linea con le esigenze progettuali e impiantistiche del settore dell'edilizia residenziale.

SB: I corsi di formazione sono parte integrante della vostra offerta commerciale?

Bartolucci: Certamente. Ogni mese organizziamo un corso di primo livello per i nuovi rivenditori della durata di otto ore. Inoltre, per un gruppo di clienti selezionati che credono nella formazione come leva principale di successo, offriamo la possibilità di partecipare a un corso sviluppato in tre date. In ogni giornata, quattro ore sono dedicate alla scala e altre quattro a corsi di vendita o comunicazione tenuti da formatori professionisti. Al fine di non richiedere ai nostri clienti lunghe trasferte e inutili perdite di tempo per gli spostamenti, questi incontri si svolgono in sei diverse località ben ripartite fra Nord, Centro e Sud.

SB: Albini & Fontanot, già da diversi anni, mette a disposizione della sua clientela un software di progettazione molto avanzato. Che stadio di sviluppo ha raggiunto oggi?

Bartolucci: L'azienda sostiene i propri rivenditori con diversi servizi, fra i quali emerge proprio il software di progettazione, che permette a chiunque di disegnare una scala inserendo solo tre misure: le dimensioni del foro solaio, lo spessore del solaio e infine l'altezza del dislivello da pavimento a pavimento dei due piani

da collegare. Il programma elabora il preventivo e, una volta confermato, con un semplice click parte l'ordine. Tutte le informazioni sui preventivi e gli ordini sono poi consultabili nella zona extranet del nostro sito www.albinifontanot.com



Francesco Benetti

*Responsabile
Vendite settore
"Privati"
Effebi*

La rete distributiva di Effebi è composta principalmente da rivenditori specializzati o multisettore forti di una pluriennale esperienza nella vendita delle scale. I punti vendita sono distribuiti, a livello nazionale, nelle principali provincie italiane, in particolare nelle regioni centro-settentrionali, e nelle isole.

SB: Stiamo assistendo al progressivo aumento delle quote di mercato degli show room multi settore. Come giudica la loro efficacia commerciale?

Benetti: I nostri punti vendita multisettore sicuramente riescono a offrire una buona assistenza in più ambiti merceologici, dalle porte alle finestre, fino ad arrivare alle piastrelle e al parquet, o



Effebi Scale – Portofino

Scala a chiocciola su misura composta da gradini in legno massello, cilindri distanziali in acciaio inox, gradino di sbarco circolare a 60°, caposcala diametro 3,3 cm in acciaio inox, sei filoncini elicoidali in acciaio inox, corrimano elicoidale in legno o inox in pezzo unico a sezione circolare.

addirittura ai solai e ai materiali per la costruzione della casa. I rivenditori potrebbero e dovrebbero investire in continui aggiornamenti atti a migliorare il servizio all'utenza finale. Naturalmente uno show room ben studiato e accogliente può contribuire positivamente. Credo però che siano gli elementi complementari, quali la disponibilità e la trasparenza del personale, a generare un forte riscontro a lungo termine.

SB: Come dovrebbe essere strutturata l'area espositiva Effebi all'interno di uno show room?

Benetti: In uno show room multisettore,

“I nostri punti vendita multisettore riescono sicuramente a offrire un buon servizio di assistenza, ma auspichiamo un maggiore investimento nell'aggiornamento continuo delle competenze”



Effebi Scale – Rampa inox glass

Scala a chiocciola su misura composta da struttura portante laterale in acciaio inox satinato, gradini in cristallo stratificato e temprato antisfondamento, ringhiera con caposcala, sei filoncini orizzontali e caposcala a doppio piatto in acciaio inox

l'ideale sarebbe ricreare un'ambientazione che simuli quelli di un appartamento, con pavimento, finestre e scala, finemente abbinati. Ciò per consentire al cliente di immaginarsi l'effetto del prodotto in opera nella sua abitazione. Per soddisfare queste esigenze, forniamo ai nostri rivenditori un campionario su misura e non standardizzato. Tuttavia, se gli spazi espositivi non lo permettono, ricorriamo alle tecnologie digitali, utilizzando un software di simulazione.

SB: Avete attivato corsi di formazione per i venditori di sala mostra? Come sono organizzati e quali competenze mirano a sviluppare?

Benetti: Effebi organizza meeting informativi annuali per i rivenditori esteri, mentre per il mercato italiano vengono organizzati singoli incontri, anche su richiesta, dove l'addetto alla vendita viene accuratamente formato, sia dal punto di vista tecnico che commerciale.

SB: Con quali altri servizi affiancate i vostri partner rivenditori?

Benetti: Svolgiamo azioni di marketing in collaborazione con il rivenditore, che prevedono pubblicità a livello locale e

**Company Profile
Effebi Scale
Rosignano (LI)**

Da oltre 30 anni Effebi scale, opera nel settore con minuziosa cura dei particolari, soddisfacendo le esigenze dei clienti e dei rivenditori in Italia e in Europa. L'obiettivo dell'azienda è quello di sviluppare prodotti "su misura" in legno, metallo, cristallo e altri materiali pregiati, prestando attenzione alle nuove tendenze. In particolare, grazie alle esperienze maturate in ambito tecnologico, Effebi si è diversificata nel tempo con l'offerta di un prodotto sempre attuale e all'avanguardia.

nazionale. Offriamo, inoltre, ai rivenditori cartellonistica, depliant, poster e campionature, studiati appositamente per gli spazi espositivi. Con un piccolo investimento il nostro rivenditore può usufruire, su licenza, del software da noi utilizzato per la progettazione e la realizzazione delle scale.



Heinrich Estfeller

*Amministratore
Delegato
Estfeller*

L'organizzazione di vendita di Estfeller è composta da uno o più rivenditori per regione che coprono capillarmente tutto il territorio italiano,

comprese le isole. In prevalenza si tratta di punti vendita specializzati in porte, portoni, finestre, finestre per tetti, scale per interni ed esterni.

SB: Stiamo assistendo al progressivo aumento delle quote di mercato degli show room multisettore. Come giudica la loro efficacia commerciale?

Estfeller: Lo show room multisettore è uno degli intermediari più importanti per la definizione e l'acquisizione dell'ordine di produzione. Il suo maggiore valore aggiunto sta nella capacità di comunicare efficacemente l'immagine della azienda. Ciò aiuta a conquistare la fiducia del potenziale cliente. Sarebbe sicuramente un passo in avanti incrementare la nostra rete di show room di questo tipo sul territorio, soprattutto nei centri minori ancora non coperti. Abbiamo progetti in questo senso, soprattutto in una fase di mercato critica come questa, che ci impone di individuare clienti-distributori anche al di fuori delle aree maggiori, dove il nostro marchio è già conosciuto.

SB: Come dovrebbe essere strutturata l'area espositiva Estfeller in show room?

Estfeller: Estfeller predilige l'esposizione in sala mostra di scale al vivo, che raggiungono, quando è possibile, un'altezza di circa 2,80 metri, complete e percorribili. Da ciò la necessità di disporre di superfici, di circa 5

“Lo show room multisettore è uno degli intermediari più importanti per l'acquisizione dell'ordine di produzione. Il suo maggiore plus sta nella capacità di comunicare efficacemente l'immagine della azienda”



Estfeller - Event

Scala a giorno a doppia rampa diritta con pianerottolo intermedio, gradini in rovere massiccio, fascioni laterali di sostegno in acciaio verniciato colore antracite, doppia ringhiera in cristallo stratificato e indurito, corrimano in acciaio inox, balaustra sul foro in cristallo.



Estfeller - Inox Design

Scala a giorno in faggio massiccio, semicurva con gradini sostenuti da doppi corrimani portanti in legno lamellare. Le ringhiere e la balaustra sono assemblate da colonnine e tondini obliqui in acciaio inox. Capicolonna alla partenza della scala a forma semicurva con primo gradino allargato e arrotondato.

metri quadrati per ogni modello di scala. L'esposizione dei modelli al vivo è molto importante per prodotti come i nostri, di cui altrimenti non sarebbe possibile cogliere i dettagli, l'effetto di insieme e la qualità dei materiali impiegati nella costruzione della scala. Non dimentichiamo che la scala è un elemento di arredo strutturale fondamentale nell'abitazione, dove il design del manufatto si coordina spesso con la scelta dello stile dell'arredo circostante. Ritengo che il cliente debba prenderne visione direttamente

e che lo show room debba consentirgli di effettuare un acquisto veramente consapevole.

SB: Avete attivato corsi di formazione per i venditori di sala mostra? Quali competenze mirano a sviluppare e quale feedback ottengono?

Estfeller: Per Estfeller formare significa trasmettere al rivenditore cultura tecnica e cultura commerciale. Formiamo i nostri rivenditori a 360 gradi per renderli

autonomi nella gestione del rapporto con il cliente finale, per dare loro tutti gli strumenti, sia tecnici sia di marketing, che possano agevolarli nella interazione quotidiana con l'utenza, sia privata che professionale. La formazione è insomma, per la nostra azienda, un anello fondamentale nella strategia di promozione e di vendita dei prodotti. Tanto che stiamo per completare il nostro maggiore show room aziendale a Vicenza, che raccoglie l'intera gamma di prodotti Estfeller e cui è annesso un laboratorio di produzione per la dimostrazione pratica delle nuove tecnologie applicate ai nuovi materiali. La frequenza dei corsi è annuale, ma per aumentare la fidelizzazione pensiamo di renderli semestrali con un programma specifico per ogni tipo di interlocutore, dal rivenditore all'installatore.

Dalla parte del rivenditore

ARCHEDIL - Feletto Umberto (UD)

Archedil opera dal 2004 con un solo show room a Feletto Umberto (UD). L'offerta merceologica dell'azienda è composta da serramenti, porte blindate, porte interne e scale. Queste due ultime tipologie di prodotti rappresentano i settori di specializzazione principale, in particolare le scale, vendute da otto anni e la cui quota di fatturato è pari al 30% del volume d'affari complessivo. Sebbene l'andamento delle vendite negli ultimi

tre anni sia stato di crescita, grazie soprattutto alle esigenze di ristrutturazione di immobili da parte della clientela di privati, quest'anno vi è stato un forte rallentamento dovuto anche alla situazione attuale del mercato immobiliare.

L'area espositiva di scale dello show room

Superficie espositiva dedicata: 50 metri quadrati, su un totale di 200

complessivi, a ridosso della vetrina vicina all'ingresso.

Concept espositivo: le scale sono presentate su supporti espositivi monomarca forniti dalle aziende produttrici. In esposizione vi sono tre scale al vivo percorribili, con un'altezza di 2,60 m ciascuna. Gli espositori sono affiancati da visual merchandising delle aziende.

Frequenza rinnovamento: ogni quattro anni.

Marchi trattati: Estfeller



Paolo Ballico - titolare Archedit

❖ **SB: Molti produttori sostengono di investire nel e per il rivenditore. Secondo lei ciò è teoria o si traduce anche nella pratica?**

Ballico: Nel nostro caso questo principio, del tutto corretto, si è tradotto in realtà: Estfeller, la nostra azienda fornitrice, ha investito in Archedit, offrendoci in comodato d'uso tutto il materiale necessario per organizzare l'area espositiva. Si tratta di un investimento finanziario non indifferente di cui siamo molto soddisfatti.

❖ **SB: I produttori sostengono l'importanza delle iniziative di formazione sul prodotto scala rivolte ai rivenditori multiprodotto. Secondo voi senza il loro supporto da questo punto di vista otterreste i medesimi risultati?**

Ballico: Da parte dell'azienda abbiamo ottenuto una formazione iniziale ed essendo un prodotto costruito su misura, particolarmente tecnico, complesso e in costante evoluzione, sono necessari corsi di aggiornamento periodici. Li riteniamo, quindi, assolutamente utili per mantenere un'elevata professionalità che si riflette di conseguenza nel servizio fornito al cliente.

❖ **SB: Le aziende espositrici, in molti casi, auspicano che l'esposizione delle scale in show room sia ricca di modelli "al vivo". I costi ovviamente lievitano. Lei cosa ne pensa?**

Ballico: Sono d'accordo sulla filosofia delle aziende produttrici in quanto ritengo sia indispensabile per il cliente toccare con mano e soprattutto rendersi conto dell'impatto visivo ed estetico della scala. Tuttavia è necessario fare i conti con lo spazio a disposizione presente all'interno dello show room. L'ideale sarebbe ovviamente uno spazio espositivo di grandi dimensioni, dove installare una scala completa per ogni modello.

Il rapporto con i fornitori

- **Giudizio complessivo:** buono.
- **Assistenza:** buona, vi è un rapporto costante, diretto e continuo con il personale dell'azienda fornitrice, che risponde tempestivamente qualora vi fossero delle esigenze particolari.
- **Collaborazione in fase di allestimento:** l'azienda fornitrice supporta Archedit nella definizione dell'area espositiva, concordando composizione, tipologia ed estetica del materiale espositivo. La fornitura di merchandising viene data in comodato d'uso.

Company Profile **Estfeller** Ora (Bolzano)

Estfeller da quasi mezzo secolo produce scale, finestre per tetti, pareti scorrevoli in cristallo e ad alto isolamento acustico, per il mercato nazionale e internazionale. Oggi l'azienda è gestita da Heinrich ed Herbert Estfeller, eredi del know-how maturato dall'azienda in molti anni di attività, coniugato all'evoluzione stilistica dei prodotti. Le sfide, in un mercato sempre più globalizzato, sono considerate dall'azienda stimoli per la ricerca di innovazione, creatività, qualità e design.

SB: Con quali altri servizi affiancate i vostri partner rivenditori?

Estfeller: Oltre a organizzare corsi di formazione, offriamo ai rivenditori viaggi premio incentive a raggiungimento degli obiettivi di vendita e merchandising per il punto vendita. Svolgiamo poi azioni dirette di marketing in collaborazione con il rivenditore di zona che voglia partecipare a fiere locali, curando direttamente l'immagine con l'allestimento dello stand per una ottimale presentazione dei prodotti.



Valentino Morellini
Amministratore Delegato
Mobirolò

Il network distributivo di Mobirolò è costituito principalmente dai rivenditori specializzati nella vendita di porte e finestre. Non è però da sottovalutare una certa quota di rivenditori che appartengono al settore edile, strutturati con show room di prodotti per le finiture d'interni.

SB: Gli show room multisettore, tipici delle rivendite edili, ampliano progressivamente le loro quote di mercato. Cosa ne pensa?

Morellini: Credo che la loro crescita sia legata al costante ampliamento del pacchetto d'offerta, che va a soddisfare esigenze diversificate dei diversi target di clientela. Per quanto ci riguarda, essendo

la scala un prodotto ad elevato contenuto tecnico, crediamo nell'efficacia di questo canale nella misura in cui esso non si limiti a proporre prodotti di finitura decorativi, ma investa nella strutturazione di un ampio portafoglio di prodotti tecnici. In questo caso possono essere partner di Mobirolò e dimostrarsi commercialmente efficaci. Ai rivenditori consiglieri, comunque, di selezionare attentamente i produttori e di optare per quelli più strutturati, in grado di affiancarli in modo adeguato, soprattutto con un mix di servizi accurati, che riguardino anche la posa in opera del prodotto.

SB: Dal punto di vista espositivo, Mobirolò offre al rivenditore qualche suggerimento?

Morellini: Forniamo gratuitamente ai rivenditori la nostra consulenza tecnica, consigliando come allestire il corner espositivo, al fine di presentare nel modo più adeguato le campionature e di aumentare il loro impatto emozionale sul visitatore della sala mostra.

SB: Affiancate il rivenditore anche con programmi di formazione per i salonisti?

Morellini: Ogni mese organizziamo per il personale della rivendita due giorni di formazione presso la nostra sede di Reggiolo. Il primo giorno è dedicato alla presentazione dei prodotti e delle novità tecniche, il giorno successivo trattiamo invece gli aspetti commerciali.

“Crediamo nell'efficacia del canale multisettore nella misura in cui esso investa nella strutturazione di un ampio portafoglio di prodotti tecnici. In questo caso possono essere partner di Mobirolò e dimostrarsi commercialmente efficaci”

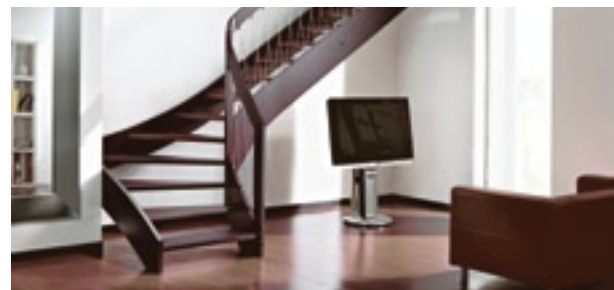


Mobirolò - Nika Pan

Scala modulare caratterizzata dalla struttura centrale in alluminio, robusto, leggero e inalterabile. La caratterizzano la cura dei particolari, l'assenza di saldature e la ringhiera costituita da pannelli in plexiglass.

Mobirolò - Vertigo

La speciale ringhiera con cavi in acciaio cromato, abbinata alle nobili forme del legno lamellare curvilineo, danno origine ad un modello di scala dal design raffinato ed esclusivo.



SB: Con quali altri servizi supportate le attività dei rivenditori vostri partner?

Morellini: Affianchiamo il cliente partecipando alle principali fiere del settore e svolgendo insieme azioni di co-marketing. Inoltre, mettiamo a loro disposizione il nostro software per la progettazione e la realizzazione di scale. Si tratta del cosiddetto “Pacchetto Mobiquick”, grazie al quale il cliente è immediatamente in grado di realizzare lay-out e preventivi in modo rapido e professionale, compreso il disegno su misura della scala. Particolare attenzione è, inoltre, riservata al servizio post-vendita, poiché Mobirolò cura direttamente la consegna e la posa in opera della scala.

Company profile **Mobirolò** *Reggiolo (RE)*

Mobirolò opera da oltre trent'anni nel settore delle scale per interni ed esterni. L'azienda ha conseguito la Certificazione di Qualità Aziendale (Iso 9002) e ha sempre adottato politiche commerciali coerenti con i partner della distribuzione, al fine di creare rapporti duraturi e di reciproca soddisfazione. A sostegno di questa filosofia commerciale, è nato il “Mobirolò Partner Project”, un progetto che mette a disposizione dei rivenditori tutta la competenza necessaria, oltre alla garanzia di un prodotto realizzato con processi costruttivi all'avanguardia.

Alessandro Falavigna

Titolare

Nilur

La politica distributiva multicanale di Nilur, azienda produttrice di scale su misura rifinite artigianalmente, è affidata a una rete di punti vendita capillare soprattutto nel Nord e nel Centro Italia, costituita da 10 punti vendita specializzati e 50 multisettore. I due canali, nonostante la diversa consistenza numerica, sviluppano al 50% ciascuno, la stessa quota di fatturato.

SB: Nilur affida buona parte della distribuzione dei suoi prodotti al

“Specializzarsi in un settore complesso come quello delle scale richiede al rivenditore di investire in formazione e servizi. Ma certamente le scale possono fare da volano alla vendita di tutti gli altri prodotti”

canale multisettore. Quali sono i loro plus, secondo voi?

Falavigna: Il canale multisettore complessivamente rende tanto quanto il canale specializzato, benché, considerando il singolo punto vendita, il volume d'acquisto sia inferiore. Ma l'efficacia è indiscutibile. Riteniamo che il vero plus degli show room multisettore sia la capacità di essere, per l'utente finale,

un fornitore completo, unico e globale, in grado di fidelizzare il cliente e di abbattere i tempi di ricerca dei prodotti di finitura. Proprio per questo suggerirei loro di integrare la loro già vasta offerta anche con le scale. Certamente, specializzarsi in un settore difficile e complesso come questo, significa investire in formazione, in acquisizione di know how e nella strutturazione di servizi specifici da

Dalla parte del rivenditore

COSMO-Campobasso (CB)

Cosmo opera dal 1999 con cinque show room, tra cui quello di Campobasso (CB). Un'offerta sempre più ricca e qualificata consente la copertura di tutte le aree merceologiche e comprende, oltre ai pavimenti e rivestimenti, che rappresentano il principale settore di specializzazione, anche i sanitari, le rubinetterie, l'arredo bagno, il parquet, le porte, gli infissi e le scale. Queste ultime sono state introdotte dall'azienda di recente, ma stanno già offrendo risultati di vendita

apprezzabili, soprattutto nel campo delle ristrutturazioni, su richiesta dei privati e delle imprese. La vendita di scale è affrontata con grande impegno, basti pensare che attualmente, presso gli show room, sono presenti quattro promoter che si occupano esclusivamente della vendita dei prodotti di questo tipo.

Area espositiva di scale dello show room di Campobasso (CB)
Superficie espositiva dedicata: 30 mq

posti al centro del salone in una zona sopraelevata.

Concept espositivo: le scale sono presentate su un unico ed esclusivo supporto espositivo monomarca fornito dall'azienda fornitrice. In esposizione vi sono tre campionature composte da dieci gradini.

Frequenza rinnovamento: annuale.

Marchi trattati: Rintal



Franco Colarusso, Amministratore Unico Cosmo

❖ **SB: Secondo i produttori i rivenditori dovrebbero scegliere fornitori di scale che, oltre a offrire un prodotto di alta qualità, siano pronte a investire nel e per il rivenditore. Secondo lei ciò è teoria o si traduce anche nella pratica?**

Colarusso: Nel nostro caso posso dire che l'affermazione ha un riflesso assolutamente pratico. Il nostro fornitore, infatti, ha investito fortemente nella nostra azienda, affiancandoci e sostenendoci, nonché offrendoci in comodato d'uso i supporti di merchandising.

❖ **SB: I produttori sostengono l'importanza delle iniziative di formazione sul prodotto rivolte ai rivenditori multisettore, come voi. Crede che senza il loro supporto da questo punto di vista otterreste i medesimi risultati? Come giudica in generale queste iniziative di formazione?**

Colarusso: Le riteniamo molto importanti e utili e assolutamente necessarie. Il nostro fornitore è molto attento e organizza corsi che si svolgono "ogni tre mesi presso la nostra sede centrale.

❖ **SB: Secondo alcuni produttori l'esposizione di scale dovrebbe comprendere il maggior numero possibile di modelli "al vivo". I costi ovviamente lievitano. Lei cosa ne pensa?**

Colarusso: Sono d'accordo. Tuttavia ritengo che questo genere di espositore debba essere installato in show room soltanto se si riscontra un effettivo interesse da parte della clientela.

Il rapporto con i fornitori

- **Giudizio complessivo:** molto buono.
- **Prezzi all'acquisto:** le scale consentono di avere una buona marginalità.
- **Assistenza:** con il personale dell'azienda fornitrice vi è un rapporto costante che consiste in assidue e frequenti visite settimanali.
- **Collaborazione in fase di allestimento:** l'azienda fornitrice ha collaborato con Cosmo nella definizione e organizzazione dell'area espositiva. Vi è stato anche un sostegno economico che si è concretizzato nella fornitura di merchandising in comodato d'uso.



offrire all'utenza, ma siamo convinti che quando lo show room propone anche le scale, queste facciano da volano alla vendita di tutti gli altri prodotti.

SB: Quale configurazione espositiva dovrebbe avere l'area dedicata alle scale, secondo Lei, all'interno di uno show room multiprodotto?

Falavigna: È chiaro che più l'area espositiva è ampia, più sarà possibile fornire al cliente finale una simulazione realistica del prodotto installato. Ciò non sempre è possibile, anche perché per le scale non conta solo la superficie a terra ma anche l'altezza dello spazio espositivo. Ai nostri rivenditori chiediamo di metterci a disposizione uno spazio sufficiente per installare almeno due o tre modelli di scale che si sviluppano su dieci gradini.

SB: Quali agevolazioni e quali servizi offre Nilur ai partner rivenditori per sostenerli nella loro azione commerciale?

Falavigna: Per incentivare l'esposizione di un buon numero di modelli all'interno dello show room studiamo condizioni

di pagamento personalizzate affinché i rivenditori possano ammortizzare velocemente il costo degli espositori. Dal punto di vista della formazione, offriamo un corso tecnico-commerciale, che si tiene presso la nostra azienda, anche con l'obiettivo di dare a ciascun rivenditore la possibilità di conoscere la nostra realtà e le modalità con cui operiamo. Infine, forniamo ai partner distributori un software di progettazione e preventivazione, sviluppato internamente.



Francesca Furlanetto
Responsabile Marketing
Novalinea Scale

Novalinea, azienda produttrice di scale in legno, con un occhio sempre attento a sperimentare nuovi materiali, affida la proposta dei propri prodotti esclusivamente ai rivenditori specializzati. Attualmente la preferenza va agli scalifici e ai rivenditori di parquet: quindici punti vendita in tutto, che coprono l'intero territorio nazionale e vantano un'esperienza nella posa in opera. La rivendita specializzata è considerata, infatti, il canale in grado di offrire al cliente un servizio di maggiore qualità. Ma la strategia sta cambiando: l'obiettivo futuro è di aprirsi al canale multisettore, costituendo una rete di show room di questo tipo che copra tutte le provincie italiane.

Nilur - scala Imperia, Silver inox

Scala a chiocciola a pianta tonda con palo elicoidale in metallo, gradino in cristallo con supporti in metallo, ringhiera a tondini in acciaio inox, caposcala in metallo a sezione rettangolare, corrimano in metallo a sezione tonda. Diametri disponibili: da mm 1300 a 2000. Verniciatura delle parti in metallo eseguita mediante polveri epossidiche e poliuretatiche.

Nilur - scala Astrale V

Scala a giorno con doppia struttura portante in legno, gradino in legno, ringhiera a tondini in acciaio inox, caposcala in legno a sezione quadrata posto all'inizio e alla fine di ogni rampa, mentre i caposcala intermedi sono in acciaio inox a sezione tonda. Corrimano in legno a sezione rettangolare. Disponibile in abete o faggio lamellare.

SB: Stiamo assistendo al progressivo aumento degli show room multisettore, crede che in futuro la vostra azienda investirà su questo canale? Perché?

Furlanetto: Il canale multisettore non rientra, per il momento, nella nostra strategia distributiva. In effetti, non abbiamo ancora avuto una conferma diretta della sua efficacia, ma gli riconosciamo dei plus, come la capillarità territoriale, cui corrispondono alte potenzialità di vendita. Altro elemento positivo è la sua struttura. Di norma, infatti, dispone non solo di personale di vendita interno che presidia lo show room, ma anche di una rete di promoter esterni che visitano gli studi di progettazione. Per queste ragioni entro il 2009 selezioneremo una rosa iniziale di rivendite multiprodotto, optando per quelle che hanno già maturato esperienza in settori merceologici

Novalinea - Securstep

Scala originale, dotata di Brevetto Internazionale, con caratteristiche Hi-Tech che la rendono aggressiva e prestigiosa allo stesso tempo. I moduli assemblabili, dotati di fori multipli, possono essere regolati sia in altezza che in profondità.



Company profile
Nilur
Reggiolo (RE)

Dal 1976 Nilur produce negli stabilimenti di proprietà scale a chiocciola e a giorno per interni, rivolgendosi anche al mercato estero. L'organizzazione produttiva è avanzata e in continuo aggiornamento. L'azienda impiega tecnologie sofisticate e materiali selezionati e non esclude l'intervento manuale per certe finiture "artigianali" accurate e uniche. Ogni scala Nilur è un pezzo unico, completamente personalizzabile grazie alla totale autonomia produttiva dell'azienda, che le consente, oltretutto, di posizionarsi ai vertici della classifica europea delle aziende del settore per numero di modelli a catalogo.

**Novalinea – Style Glass**

Scala dal design di tendenza, con fascione laterale in legno e ringhiera di protezione in vetro extrachiario temperato con rotelle in acciaio inox AISI 304

particolarmente tecnici. Prediligeremo quei rivenditori che, trattando già settori come le porte e gli infissi, siano in grado di offrirci delle garanzie in termini di predisposizione all'approfondimento tecnico, assolutamente necessario nel caso di un prodotto come le scale. Inoltre, attraverso il canale multisettore, ci auguriamo di conquistare una particolare fascia di clientela composta, soprattutto, dall'architetto e dal privato.

SB: Secondo voi come dovrebbe essere strutturata la vostra area espositiva ideale all'interno di uno show room?

Furlanetto: Quando le dimensioni della rivendita lo consentono, puntiamo sempre a installare all'interno dello show room almeno tre campionature di scale al vivo. In genere, 10 metri quadrati sono lo spazio necessario, all'interno dell'area espositiva, per installare almeno tre delle soluzioni che meglio rappresentano la vasta gamma dei nostri prodotti: la classica scala in legno, quella realizzata in acciaio e legno e una gamma più particolare come quella delle scale con la ringhiera o particolari in vetro. Se la superficie a disposizione non è tanto ampia, proponiamo campionature di quattro o cinque gradini provvisti di ringhiera.

“Entro il 2009 selezioneremo una rosa iniziale di rivendite multiprodotto, optando per quelle che hanno già esperienza in settori tecnici. Miriamo a conquistare architetti e privati”

Offriamo tutte le campionature di scale e ringhiere a un prezzo scontato, mentre la cartellonistica e le cartelle colore ed essenze sono fornite gratuitamente.

SB: In che modo affiancate i vostri partner rivenditori per sostenerli nella loro azione commerciale?

Furlanetto: Innanzitutto con continui corsi di formazione tecnica sul prodotto scala, organizzati sia presso la rivendita che presso la nostra azienda, a seconda delle esigenze del cliente. Affianchiamo poi i nostri clienti - per ora solo quelli del Triveneto più vicini a noi - con servizi di posa in opera. Disponiamo, inoltre, di un listino informatico e di un ufficio tecnico interno che svolge attività di consulenza.



Roberto Urbini

Direzione Commerciale Rintal

Rintal ha una struttura di vendita multinazionale: oltre a 70 negozi di proprietà, conta, infatti, 30 punti vendita in franchising e una rete di rivenditori che appartengono per la maggior parte al settore delle finiture per l'edilizia.

SB: Gli show room di finiture edili rientrano a pieno titolo nella vostra strategia distributiva. A che punto è la vostra penetrazione in questo canale?

Urbini: La scelta di entrare in questo settore è ampiamente motivata dall'andamento del mercato edile. Lo scenario attuale, infatti, vede una forte contrazione nel settore nel nuovo e, di contro, un progressivo aumento di immobili da ristrutturare. Alla luce di questa breve considerazione, e considerato che il rivenditore edile rappresenta un'ottima vetrina per i prodotti agli occhi dell'utente finale, abbiamo ritenuto interessante avvalerci di questa elevata visibilità e di questa forte capacità di esercitare attrazione sul privato, per rafforzare la nostra presenza sul mercato con prodotti dall'alto contenuto tecnico. Crediamo che il rivenditore che in show room offre una molteplicità di articoli di finitura, soprattutto degli immobili residenziali, sia in grado di essere molto efficace sul mercato e, naturalmente, i nostri 130 agenti sono in grado di sostenerli appieno dal punto di vista sia commerciale sia tecnico.

SB: Quali suggerimenti darebbe al rivenditore, a livello commerciale?

Urbini: Il nostro miglior suggerimento è di non pensare che il potenziale di vendita sia legato alla "bellezza" della sala mostra e alla ricchezza dell'offerta. Semmai esso si lega all'appeal

Company Profile

Novalinea Cessalto (TV)

Novalinea, dal 1979 produttore di scale in legno, continua a sperimentare nuovi materiali e a sviluppare nuovi prodotti come le scale in acciaio tagliate al laser. Con l'utilizzo di sofisticati macchinari, ha raggiunto un livello di flessibilità produttiva che permette di incontrare le esigenze di tutti gli operatori e i clienti: architetti, imprese, intermediari. Novalinea vanta tre brevetti internazionali e adotta soluzioni tecnologiche con materiali riciclabili e non inquinanti. Tra le sue proposte, la gamma Securstep, modulare e facilmente assemblabile.

Company Profile

Rintal Forlì

Rintal nasce nel 1974 e da più di 30 anni è protagonista nel mercato delle scale in Italia e all'estero. Focalizzandosi su innovazioni tecnologiche, tecniche e di design, Rintal realizza sempre nuove soluzioni che trasformano la scala in componente d'arredo di spazi contemporanei, adattabile ad ogni tipo di esigenza. L'esperienza acquisita permette infatti di soddisfare tutti i bisogni legati alla funzionalità del salire e ai desideri del progettare. Rintal è presente in tutta Italia con più di 100 punti vendita diretti e 120 tecnici commerciali sempre a fianco del cliente - dalla fase di progettazione fino alla posa in opera della scala - garantendo professionalità, disponibilità e assistenza. All'Estero opera nei principali Paesi tramite filiali dirette e distributori qualificati. Rintal rappresenta il primato di un'azienda italiana nel mercato mondiale delle scale, che trova nel design, nella qualità e nella capacità organizzativa i suoi punti di forza.



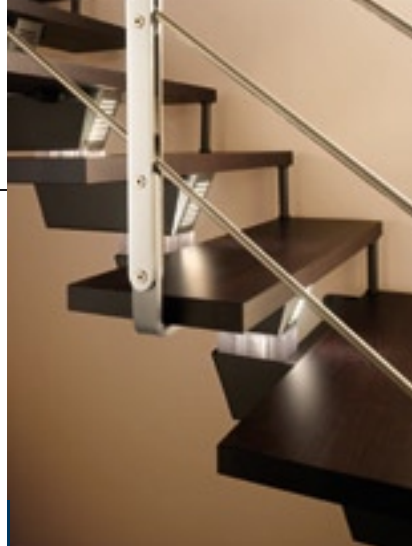
Rintal - Knock Design

Knock design è un nuovo concetto di scala moderna con struttura centrale e pedata regolabile. La linea innovativa viene esaltata dalla possibilità di illuminare i gradini della scala così da creare un effetto emozionante.

dell'esposizione, unito a un'attenta selezione di marchi importanti e riconosciuti dal mercato e a una comprovata capacità della forza vendita, sia interna che esterna, di offrire consulenza ai clienti.

SB: E dal punto di vista espositivo?

Urbini: Proprio nei primi mesi di quest'anno vareremo un progetto denominato "Shop in Shop", per ricercare tutti gli showroom che vogliono ampliare la propria linea di business al segmento delle scale. All'interno di una sala mostra multiprodotto l'area espositiva delle scale deve variare tra i 15 e i 30 metri quadrati. Rintal, avvalendosi della collaborazione di Giugiaro Architettura, ha studiato un sistema espositivo concepito per "raccontare" il prodotto, in tutte le declinazioni dei suoi numerosi componenti. Il tutto, ovviamente, affiancato e supportato da un software di progettazione e scelta guidata dei prodotti. Ai nostri rivenditori che accettino di diventare partner Rintal offriamo, poi, un accordo che prevede, da parte nostra, allestimento del punto vendita - progettato gratuitamente dai nostri architetti interni -, affiancamento e consulenza continua dei nostri agenti e, naturalmente, la possibilità di partecipare a un programma di formazione.



Rintal - Prima

Dalla collaborazione con il grande designer italiano Giugiaro nasce questo esclusivo modello, caratterizzato da linee sinuose, struttura in alluminio snella e decisa e un'originale ringhiera in acciaio ispirata alla vela di una barca.

SB: Nel settore delle scale, infatti, il contributo dell'azienda a livello formativo è fondamentale. Rintal cosa offre ai suoi rivenditori a questo proposito?

Urbini: L'azienda ha avviato, circa due anni fa, un'intensa attività di formazione. Abbiamo strutturato al nostro interno un dipartimento dedicato, "Rintal Accademy", che con cadenza settimanale tiene corsi di vendita per i rivenditori e corsi tecnici dedicati anche ai posatori. Nel 2008 abbiamo erogato corsi di formazione a 500 operatori, per migliorare le loro capacità di vendita. Il programma si articola in vari livelli, dal corso base al più avanzato, e in corsi di aggiornamento, fondamentali poiché riteniamo, soprattutto in un settore così tecnico come quello delle scale, che sia necessario lavorare in un regime di formazione continua per mantenere, e migliorare, la propria professionalità.

Il potenziale di vendita di uno show room non si lega alla ricchezza dell'offerta, ma a un mix tra appeal espositivo, selezione di marchi e capacità della forza vendita di offrire consulenza ai clienti"