

eed Business Information



Confartigianato

Comitato Direttivo Nazionale di Confartigianato Serramenti

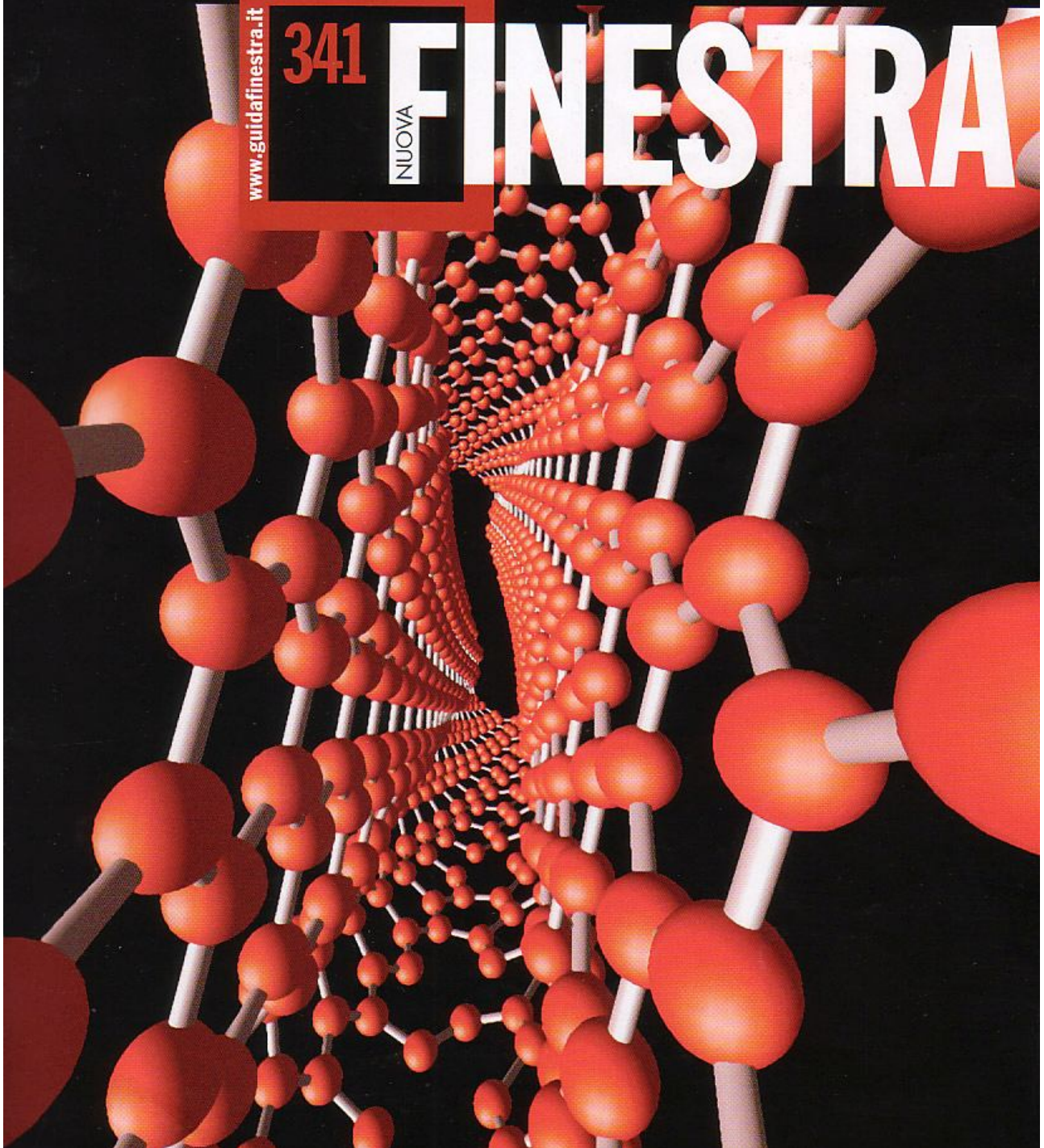
DOSSIER ENERGIA E TRASMITTANZA TERMICA TECNOLOGIA L'INFINITAMENTE PICCOLO ARCHITETTURA AFFACCI A TUTTO COLORE REALIZZAZIONI AVVOLGENTI TRASPARENZE ATTUALITÀ UNCSAAL: POLITICA E PROGETTO

www.guidafinestra.it

341

NUOVA

FINESTRA



Risultati e strategie di Internorm Italia

Ennio Braicovich

“Il cliente sia il nostro ambasciatore”

Nel 2008 Internorm Italia registra ricavi per oltre 35 milioni di euro, una crescita dell'11%. Presentati i dati 2008, le strategie per il 2009 e i nuovi prodotti davanti a oltre 200 rivenditori al Convegno Nazionale a Garda.



“La formazione e l'istruzione sono le armi più potenti a disposizione dell'uomo”. Con questa frase di Nelson Mandela che non ha bisogno di commenti e che accompagna l'immagine di un equipaggio in regata in baia delle onde (ovvero lo spirito di squadra) si è aperto a fine settembre l'annuale Convegno di Internorm Italia. Ad aprire i lavori, davanti a oltre 200 rivenditori, è stato l'amministratore delegato Daniele La Sala che ha presentato i positivi risultati del 2008 che vede crescere i ricavi dell'11% rispetto all'anno passato. Il fatturato previsto a fine anno dovrebbe attestarsi sui 36 milioni di euro. La parte del leone se la ritagliano le finestre in pvc (54%), seguite da quelle in legno-alluminio (30%), quindi più distaccati persiane (5%) e portoncini in alluminio (3%). Anche se le migliori soddisfazioni vengono dal Nord Ovest e dal Centro, è

l'intero territorio nazionale a manifestare una crescita consistente.

Italia, terzo mercato

Al punto che oramai l'Italia è il terzo mercato per la società austriaca ritagliandosi il 17% dell'intero fatturato e collocandosi dopo, ovviamente l'Austria (52%) e Germania (17%). C'è poi una specificità tutta nostrana, ha evidenziato La Sala perché “tratto particolare del mercato italiano è il premiare prodotti molto più costosi rispetto a quanto vende il Gruppo nelle altre nazioni”. Su che cosa punterà prossimamente l'azienda? In estrema sintesi: “Marcatura CE, qualificazione della posa, termica, acustica, sicurezza delle vetrazioni” all'interno di un mercato segnato dalla forte crescita dei misti e del pvc e dalla stagnazione di legno e alluminio. E grande attenzione alle detrazioni fiscali del 55%;

un'azione efficacemente sintetizzata dallo slogan “Abbasso le tasse, viva la vita”. I buoni risultati della filiale italiana si incastonano alla perfezione, ha evidenziato il presidente di Internorm Silvio Spiess, nel quadro dei risultati del Gruppo* che cresce a livello internazionale dell'11% portandosi a 256 milioni di ricavi previsti per fine anno grazie alle 900 mila unità di serramenti prodotti (di cui giornalmente 3000 di pvc e 1000 di legno-alluminio).

Il che ne fa, aggiungiamo noi, probabilmente il primo produttore europeo di finestre (IFN, la capogruppo, lo è certamente alla luce dei risultati delle società controllate) e certamente il primo marchio per notorietà. Ma, ha messo in luce Spiess, occorre guardare al futuro, tenendo conto delle tendenze che si riscontrano oramai dappertutto in Europa: efficienza energetica, sostenibilità e casa intel-

*Internorm è parte della holding austriaca IFN che vanta un fatturato di 400 milioni di euro circa e che controlla anche le società Novoferm (finestre), Topic (portoncini di pregio), GIG Fassadenbau (facciate continue), Actual, HSF (finestre in pvc e alluminio) e Schlotterer (sistemi oscuranti)



Daniele La Sala, Christina D'Angelo e Silvio Spiess.



I rivenditori premiati.



ligente, ovvero l'automazione domestica. In questo quadro Internorm vuol puntare ancor più a diventare un marchio premium, valorizzato da design, innovazione, assortimento, servizio e differenziazione. Un esempio di questa strategia sono le porte di ingresso Topic, definite da Spiess "le più belle del mondo, personali e sicure" e che Internorm si appresta a introdurre con prezzi premium anche in Italia.

Curare il cliente

Per sostenere il lavoro dei propri 1200 partner distributori Internorm ha introdotto da qualche anno il servizio Customer Care che misura costantemente il grado di soddisfazione del cliente e fornisce ai rivenditori strumenti per migliorare la propria azione. Di questo programma ha riferito Christina D'Angelo di The Rowland Company, la società di consulenza che monitora e cura il Customer Care. Oramai sono 308 i 1st Window Partner qualificati da questo programma a livello

europeo (di cui ben 40 italiani), che ha per obiettivo fare in modo che "il cliente sia il nostro ambasciatore".

Il programma che solo quest'anno ha comportato 25 mila interviste a clienti finali, verifica la soddisfazione del cliente su 12 aspetti: primo contatto, showroom, consulenza vendite, consulenza, misure originali, offerta, presentazione offerta, organizzazione montaggio, consegna e installazione, squadra di montaggio, risoluzione dei problemi. Inoltre verifica il livello di entusiasmo del cliente per il lavoro fatto.

E siccome l'asticella della competizione si innalza sempre più, il programma di Customer Care ha aggiunto quest'anno due altri punti: verifica pulizia dei vetri e offerta di manutenzione.

All'interno del meeting non potevano mancare i nuovi prodotti che sono stati tratteggiati da Giuliano Comai: finestre in pvc ancor più performanti dal punto di termico, la finestra senza telaio a effetto tutto vetro Varion 4 e

i portoncini in alluminio. Il tutto segnato a breve dalla marcatura CE che verrà applicata anche sul prodotto. Comai ha insistito molto sulla sicurezza delle vetrazioni alla luce della Uni 7697, il che ha introdotto la relazione dell'esperto Salvatore Cerminara che si è ampiamente diffuso su questa tematica suscitando un nutrito fuoco di fila di domande dei rivenditori presenti. Infine, sempre di vetri, ma da un'altra angolazione, ha parlato l'ultimo relatore, Matteo Dossi di Serisolar che ha evidenziato come pellicole applicate ai vetri possano risolvere problematiche di sicurezza e di comfort termico sia invernale sia estivo. E poi, per festeggiare degnamente un anno positivo e per prepararsi psicologicamente al prossimo, via alle tradizionali premiazioni ai rivenditori e agli uomini Internorm distintisi sul campo. Tra i tanti nomi in bella evidenza, una citazione particolare è stata fatta da La Sala per la Martocchi Serramenti di Chiavenna (Sondrio), definito "un rivenditore sempre al top".