

STRUMENTI DI ANALISI
**E-commerce:
incentivare gli acquisti**

FOCUS
**La leva fiscale può
aiutare il mercato?**

LOGISTICA
**Il valore del trasporto
intermodale**

 **tecniche nuove**
www.tecnichenuove.com



www.commercioidrotermosanitario.it

Commercio

idrotermosanitario



ALESSANDRA GESSI
NEWFORM
**IL TEMPO DELLA
“NUOVA BELLEZZA”**

Il tempo della “nuova bellezza”

Le quattro decadi di attività di Newform custodiscono un'esperienza unica di made in Italy, nella quale design e tecnologia si esaltano a vicenda



La sede di Newform è una preziosa struttura in cristallo e acciaio immersa nel paesaggio della Valsesia. Nata nel 1981 dall'iniziativa di Tiziano Gessi, l'azienda è diventata protagonista del settore dell'arredamento di cucina e bagno, grazie alla capacità di rappresentare la cultura contemporanea e di rispondere all'evoluzione dell'abitare, attraverso collezioni di alta gamma, soluzioni custom e pensate appositamente per il Contract

Bagno e cucina sono gli ambienti più “intimi” di ogni abitazione. Come le vostre soluzioni li rendono più accoglienti?

L'importanza della stanza da bagno è cresciuta negli ultimi anni, come dimostrano la tendenza all'aumento delle metrature, la presenza di lavabo doppi e di cabine doccia all'avanguardia. In questo ambiente, Newform offre soluzioni wellness eleganti, innovative ed ergonomiche: cascate, cromoterapia, vaporizzatori e getti laterali, che rendono accessibile il benessere in ogni momento. Lo stesso discorso vale per la cucina, che non è più soltanto un semplice spazio dedicato alla preparazione dei pasti, ma anche un luogo in cui trascorrere del tempo con familiari e amici. Attraverso le nostre collezioni in acciaio inox, i prodotti Technology in grado di erogare acqua bollente filtrata e rubinetti in ottone, è possibile arredare la cucina con personalità e stile.



«Un comportamento attivo nella salvaguardia dell'ambiente e una consapevole responsabilità sociale d'impresa sono valori imprescindibili. Per questo, da circa due anni abbiamo intrapreso un processo di riorganizzazione dei nostri processi, finalizzato alla riduzione dei consumi energetici e delle emissioni»

ALESSANDRA GESSI
Titolare di Newform



© IRIKOLINE DESIGN

Nata nel 1981, Newform è una realtà di riferimento nel settore della rubinetteria d'alta gamma per bagno e cucina. L'azienda, che nel 2021 compie i suoi primi quarant'anni di attività, ha intrapreso un processo di rinnovamento ispirato da un preciso concept.

“La filosofia Newform si basa da sempre su elementi come qualità, design, servizio e cura dei particolari, capisaldi che ci hanno permesso di fare la differenza e che oggi si arricchiscono di ulteriori elementi, come l'innovazione e la tecnologia – spiega Alessandra Gessi, titolare dell'azienda insieme al padre Tiziano – nell'ottica di esprimere una nuova bellezza, in grado di soddisfare mercati e clienti sempre più esigenti”.

La casa e l'abitare vivono un profondo cambiamento, in termini di percezione e fruizione degli spazi. In che modo la vostra offerta segue quest'evoluzione?

L'attuale momento storico, nel renderci tutti più consapevoli dell'importanza di un ambiente domestico accogliente e confortevole, ha stimolato la richiesta di soluzioni sempre più curate dal punto di vista estetico e funzionale. Per questo, vogliamo aiutare l'utente a costruire la propria esperienza dell'abitare offrendogli soluzioni performanti e ricercate. Le nostre più recenti collezioni per il bagno e la cucina sono ispirate a un total look coerente con i tratti distintivi dell'offerta Newform: finiture tattili, dettagli curati, colori caldi.

PRODOTTI TAILOR MADE

Il progetto “Newform for You” rappresenta il concetto di “tailor made” in quanto risponde alle richieste dei mercati e degli architetti che disegnano “su misura” i loro progetti. Ispirata dai nuovi trend cromatici, il brand offre la possibilità di personalizzare ciascun articolo con oltre 30 combinazioni di finiture diverse. La luce scintillante dell'oro rievoca l'opulenza con una lucentezza moderna. Il nero elegante, classico, maschile, profondo aggiunge un tocco Urbano o Hi-tech ai progetti in stile industriale di fascia alta. Una molteplicità di colori per uno stile rigoroso, pulito e architettonico. L'ampia gamma di finiture è arricchita da innumerevoli novità tra le quali spiccano le finiture PVD, Exclusive Metals e Galvaniche. Newform permette così di arredare l'ambiente bagno con effetti cromatici speciali e di

arricchirlo con sfumature satinata, enfatizzando il design del prodotto ed esaltando le qualità estetiche dei materiali. Il brand si è dedicato non solo alle differenti cromie, ma desidera offrire delle finiture che rendano le collezioni ancora più pregiate. Al classico bagno galvanico si aggiunge il trattamento PVD, che rende inalterata la tonalità ed è resistente all'abrasione. Un'altra novità è la finitura Exclusive Metal, ed è anti-impronta, anti-graffio, ha un'elevata resistenza e conferisce singolari riverberi metallescenti alle superfici. Una vasta scelta che permette una personalizzazione completa: è possibile scegliere le finiture, le combinazioni di colore e dimensioni che più interessano, l'aggiunta di inserti Swarovski e altri materiali.



UNO SGUARDO RIVOLTO AL FUTURO

In ottica formazione, Newform è da tempo molto attenta al mondo della scuola. “Siamo convinti che un dialogo costante tra mondo dell’istruzione e aziende possa essere un’opportunità di arricchimento per tutti”, spiega Linda Barbolan, Marketing Manager.

Come si articola la collaborazione con le scuole?

Ci piace raccontare la nostra identità alle nuove generazioni, aiutarle a comprendere il mercato del lavoro con concetti ed esperienze che normalmente i percorsi scolastici e accademici non offrono. In quest’ottica, abbiamo regolarmente ospitato scolaresche provenienti da istituti tecnici del territorio e di Paesi limitrofi, offrendo stage formativi nei nostri reparti produttivi ai ragazzi interessati a entrare nel mondo del lavoro subito dopo il diploma. Contiamo di riprendere queste attività non appena la situazione generale lo consentirà. Inoltre, in collaborazione con il Politecnico di Milano, organizziamo da circa dieci anni un master presso il nostro showroom nel quartiere milanese di Brera, aperto a studenti di tutte le età. Recentemente abbiamo partecipato al Master Luxury & Fashion Management della 24ORE Business School, in occasione del quale abbiamo raccontato ai ragazzi la realtà Newform, la sua visione del design Made in Italy e del futuro del settore. Un’esperienza utilissima, che ci ha aiutato a comprendere come i giovani vedono il nostro settore.

Come sono gestite invece le attività di formazione “tradizionali”?

Anche in questo caso, l’approccio è quello di far vivere il brand Newform per poterlo raccontare meglio. Ci rivolgiamo soprattutto al personale degli showroom, nell’ottica di formare i venditori meno esperti e quelli che, dovendo gestire un’offerta molto ampia, hanno la necessità di approfondire le caratteristiche della nostra offerta per poterla valorizzare.

Quali strumenti, on e off line, vi permettono di raggiungere i diversi target di cliente?

Abbiamo deciso di adottare una strategia di digital marketing che prevede la regolare diffusione di contenuti, in linea con le dinamiche e i linguaggi delle diverse piattaforme social in cui siamo presenti, e il rafforzamento del mail marketing rivolto ad agenti, distributori e rivenditori. Siamo inoltre presenti su diverse testate on line, attraverso contenuti pensati appositamente per una fruizione digitale. Considerando l’assenza delle fiere, pensiamo di creare degli spazi virtuali che ci permettano di tenere vivo il contatto con i diversi profili di interlocutore. In ambito off line, invece, abbiamo in corso pianificazioni editoriali su riviste di settore e dedicate al lifestyle.

UNA STRATEGIA PER L’ITALIA

“I volumi di Newform si concentrano prevalentemente sull’export. Faremo leva sulla notorietà del marchio per attuare nuove strategie commerciali che ci permettano di tornare a essere un player principale anche nel nostro Paese. Lo sviluppo del mercato Italia, insieme a quelli di Francia e Inghilterra, è tra le priorità del 2021”, osserva Stefano Corino, Senior Sales Director.

Secondo quali strategie vi state muovendo sul canale distributivo italiano?

Stiamo stringendo collaborazioni con alcuni dei più importanti gruppi d’acquisto, selezionati coerentemente al nostro piano di sviluppo: non proponiamo infatti un semplice contratto commerciale, ma una partnership che prevede sinergie, attività di marketing condivise e servizi a largo raggio. Inoltre, stiamo consolidando i rapporti con i partner esistenti, nell’ottica di offrire a tutti il massimo supporto possibile.

Quanto è importante lo showroom, oggi?

Lo showroom oggi non più soltanto bagno, ma anche cucina, living, finiture. Deve pertanto offrire un pacchetto di soluzioni per la casa nel suo insieme. Per quest’anno, abbiamo sviluppato dei corner espositivi che trasmettono efficacemente il contenuto della nostra offerta. Vogliamo rafforzare la partnership con i clienti, aiutarli a creare spazi su misura, formare il personale di vendita, ma anche i loro clienti progettisti e architetti, con il supporto dei nostri area manager. Queste attività oggi si svolgono in digitale, ma torneranno a essere svolte anche in presenza, quando sarà possibile, sempre all’insegna di una totale sinergia tra noi e i nostri partner.



SEMPLICE E MAI BANALE

Vigore, appartenenza, identità e passione rappresentano la nuova collezione HAKA, nome che si ispira alla danza Maori caratterizzata da movimenti disciplinati eppure emozionali e liberi da ogni vincolo. Prodotti solidi, durevoli, pensati per le necessità moderne. Dalla maniglia che agevola l’apertura al pomolo salterello con movimento verticale, i dettagli esprimono passione e attenzione. Il gioco di sezioni e proporzioni determina l’armonia estetica, insieme all’alternarsi di linee curve e rette che si inseguono lungo il profilo del corpo, culminando all’estremità del prodotto in corrispondenza dell’aeratore. HAKA è disponibile in 4 colori, per arredare con stile ogni bagno contemporaneo: dal classico CROMO si passa ai colori del momento, BIANCO OPACO e NERO OPACO, per terminare con la nuova finitura Made in Newform SILKY GOLD, dal fascino minimal e preciso.



La sostenibilità è un tema attuale e trasversale ai settori industriali: come si declina nel vostro caso?

Un comportamento attivo nella salvaguardia dell’ambiente e una consapevole responsabilità sociale d’impresa sono valori imprescindibili. Per questo, da circa due anni abbiamo intrapreso un processo di riorganizzazione dei nostri processi, finalizzato alla riduzione dei consumi energetici e delle emissioni. Abbiamo investito nell’automazione e nell’efficientamento delle linee di produzione, effettuato il relamping del sito produttivo con fonti luminose Led, abbiamo implementato un sistema integrato che permette di migliorare le condizioni lavorative e di ridurre l’impatto ambientale secondo gli standard OH SAS 18001 ed ISO 14001. Tutti i nostri prodotti assicurano un uso razionale dell’acqua e dell’energia e alcuni miscelatori integrano un sistema di risparmio idrico ed energetico, sistemi antigermi e trattamenti per la riduzione del rilascio di piombo e nichel.

Quali cambiamenti sono invece avvenuti all’interno dell’azienda?

I nostri 40 anni di attività coincidono non solo con l’esigenza di rendere più incisiva la presenza del

brand Newform sul mercato, ma anche con la volontà di aprire una nuova fase in termini di organizzazione aziendale. Il cambiamento ha riguardato in particolar modo le divisioni commerciale e marketing, affidati rispettivamente a Stefano Corino e Linda Barbolan. Comunicare in modo dinamico e veloce con tutti i nostri interlocutori è fondamentale, a maggior ragione in un periodo di distanziamento sociale. Per questo, abbiamo dato luogo a un importante programma di investimenti di digital marketing, che ci permetteranno di essere sempre più vicini a clienti e partner.

Quale valore assume il made in Italy per Newform, oggi?

Siamo orgogliosi di produrre tutto in Italia e di gestire in autonomia l’intero processo produttivo, dalla progettazione alla realizzazione del prodotto finito. Per noi, poter parlare di made in Italy e di design italiano è un punto di forza, che ci rende apprezzati nel mondo: lo dimostra il fatto che oggi l’80% del fatturato di Newform sia generato all’estero, attraverso una capillare rete distributiva che ci permette di trasmettere l’italianità del nostro prodotto e di renderlo riconoscibile ovunque. ♦