

STRUMENTI DI ANALISI
**Monitorare le performance
del nostro e-commerce**

FOCUS
**Crisi energetica, quale
impatto sulla produzione?**

LOGISTICA
**Come organizzare
una spedizione stradale**



www.ilgiornaledeltermoidraulico.it

Commercio

idrotermosanitario



ALESSANDRA
GESSI
NEWFORM

**UNO SVILUPPO
COERENTE E
SOSTENIBILE**



Uno sviluppo coerente e sostenibile

Estetica e funzionalità, design e originalità, insieme alla cura per i dettagli, rappresentano gli elementi distintivi della qualità e della ricerca Newform

Superato il giro di boa delle quattro decadi di attività, Newform ha intrapreso un percorso di rinnovamento e sviluppo, che si esprime nel concept del total look per le proprie collezioni, nel consolidamento con i partner della distribuzione ITS italiana, nell'apertura di nuovi mercati internazionali. Come conferma Alessandra Gessi, CEO insieme a suo padre Tiziano Gessi, che ha fondato l'azienda nel 1981, l'obiettivo è rafforzare la presenza del marchio Newform nei diversi mercati in cui è presente, aprendone anche di nuovi.

Come hanno risposto i mercati alle iniziative attuate in questa vostra nuova fase?

Abbiamo rafforzato la visibilità del marchio Newform e lavorato per offrire risposte alle nuove esigenze dei clienti. Il mercato Italia ha risposto bene, oltre che velocemente, a questo nuovo approccio, che stiamo affinando per proporlo sui mercati internazionali, dove il made in Italy è un importante biglietto da visita. Nei Paesi in cui siamo già presenti, puntiamo ad avere una diffusione ancora più capillare grazie a collezioni complete e

conformi, in termini tecnici e di certificazioni, alle normative e alle esigenze specifiche dei relativi mercati. Puntiamo a crescere ancora sui mercati di Francia, Inghilterra e nord Europa. In Medio Oriente e nei Paesi Arabi, abbiamo acquisito diversi progetti contract; in Cina, ambito in questo momento difficoltoso per le ragioni che tutti conosciamo, il progetto di sviluppo prosegue.

Il pubblico è in effetti molto più attento a scegliere prodotti funzionali, ma fortemente connotati in chiave estetica. Da questo punto di vista, il made in Italy aiuta?

Newform è da sempre attenta alla qualità, al design, all'innovazione. Il processo produttivo è completamente integrato e si articola in due dimensioni: la prima fase produttiva, automatizzata, e l'assemblaggio, che mantiene la propria dimensione artigianale. Vogliamo far risaltare la cura del ma-

nufatto e dei dettagli, che fanno la differenza rispetto agli articoli standard e che sono l'essenza del made in Italy. I clienti apprezzano tutto ciò, a maggior ragione quando riusciamo a portarli qui e a mostrar loro come nascono le nostre collezioni.

L'integrazione del ciclo produttivo vi sta aiutando a gestire le attuali criticità del mercato?

Sì. La possibilità di stabilire le priorità con la massima flessibilità che attualmente è possibile, ci consente di soddisfare le richieste dei clienti e di attutire l'impatto delle difficoltà che si registrano a livello globale in questo periodo. Naturalmente, per alcuni aspetti, come ad esempio le materie prime e altri acquisti, rivolgersi al mercato è necessario. Ma l'aver rivisto per tempo le logiche degli approvvigionamenti della produzione, ci permette di dare continuità alla produzione stessa e di rispettare i tempi di consegna, nonostante le attuali criticità.

DIALOGO COSTANTE E ASCOLTO RECIPROCO

Linda Barbolan, Marketing Manager di Newform

"Attività volte ad incrementare la brand awareness e a rafforzare l'ascolto del mercato, nell'ottica di uno scambio continuo e reciproco con i principali stakeholder": Linda Barbolan, Marketing Manager di Newform, spiega

come si evolvono i rapporti con i clienti partner, in primis gli showroom dei grossisti ITS.

"Organizziamo regolarmente incontri, sia in azienda che sul territorio, per coglierne meglio le esigenze e alimentare uno scambio bidirezionale. Raccontando loro cos'è Newform, la qualità e i plus dell'offerta, li mettiamo nelle condizioni di rispondere esaurientemente alle domande dei loro clienti, di spiegare cosa rende uniche le nostre collezioni e di coglierne i valori sottostanti, con i quali molti utenti tra l'altro si identificano. Infine, gli input che riceviamo dagli stessi

clienti, derivanti dalla loro esperienza sul campo, sono preziosissimi per migliorarci".

Quali servizi specifici mettete a disposizione dei distributori per i relativi showroom?

Per quanto riguarda l'offerta, stiamo proseguendo nella

direzione del total look, attraverso gamme ampie e profonde che soddisfano il più possibile le richieste del cliente. Per gli showroom, forniamo servizi su misura che, coerentemente con la nostra identità, ne soddisfino le specifiche esigenze di comunicazione o di posizionamento: l'allestimento e la cura di ogni dettaglio nello showroom sono molto importanti, per trasmettere la brand identity di un'azienda.

Il ritorno alle attività in presenza segna una nuova fase anche per la collaborazione con questi partner, in termini di formazione e attività di promozione?

Sì. Continuiamo a tenere riunioni meeting virtuali per ridurre le distanze con clienti e partner più lontani: è uno strumento in più che abbiamo a disposizione per mantenere un contatto costante con loro. Il ritorno alle attività in presenza, presso i loro punti vendita o in occasione degli incontri in sede, ci permette di consolidare le relazioni e di condividere strategie reciprocamente vantaggiose. Inoltre, raccontiamo Newform quotidianamente attraverso i social network, non solo in termini corporate e di prodotto, ma anche dando voce alle persone: a chi ha creato l'azienda, a chi vi lavora e la porterà avanti. Un racconto sincero e trasparente di una realtà che apre le porte per condividere un percorso giunto a buon punto, ma che è ancora lungo e in evoluzione. Infine, stiamo lavorando a un nuovo progetto web che ci permetterà di raggiungere i clienti e i nostri stessi collaboratori in un modo diverso, e sicuramente molto efficace, rispetto alle tradizionali modalità di contatto.



«Il concetto di sostenibilità, letteralmente esploso a seguito della pandemia, era stato sposato da Newform già diversi anni fa, attraverso il conseguimento delle certificazioni ambientali e di sicurezza»

ALESSANDRA GESSI
CEO di Newform

BLINK, ESSENZIALE E RICERCATO

L'eleganza senza tempo si traduce in una collezione versatile e moderna: Blink. Un prodotto bello, accessibile e di qualità. Il classico tre fori con maniglia a quattro punte, rivisitato in chiave più concreta senza ostentazioni, un perfetto bilanciamento di spessori, proporzioni e pulizia estetica. La precisione estetica nella variante con maniglia a leva si ritrova nella versione Blink Chic. Nasce dalla volontà di offrire un'ampia scelta di versioni per soddisfare bisogni estetici sempre più esigenti. La maniglia favorisce una presa elegante e naturale che risulta agevole per l'utilizzatore. L'ampia gamma di varianti estetiche si rispecchia anche nella vasta scelta di finiture a disposizione. Ai trattamenti PVD in rame bronzato e canna di fucile che mantengono inalterabile la tonalità e proteggono dalle abrasioni, si aggiungono i trattamenti galvanici: cromo e bronzo spazzolato. Sono inoltre disponibili il prezioso oro e l'attualissimo nero opaco. Per rendere la collezione ancora più unica e ricercata è disponibile la versione con texture che crea movimento e attraverso pieni e vuoti genera un ritmo: BLINK si esprime attraverso il linguaggio universale della forma, privo di sovrastrutture. La semplicità si veste dunque di essenzialità per mostrare il suo lato più eclettico e versatile: una sintesi di linee in grado di assumere differenti stili, a seconda delle diverse finiture e lavorazioni possibili, tutti interpretati con poliedrica eleganza, dando forma a un design moderno e dall'anima internazionale, privo di inutili ricercatezze ma ricco di armonica sostanza.



O'RAMA, DESIGN SEMPLICE E SOFISTICATO

La nuova collezione di Newform reinterpreta la semplicità come mezzo di espressione: semplice da scegliere e da utilizzare. Riconoscibile ed essenziale, O'Rama ha una linea compatta, protesa verso l'alto, che riesce a trasmettere una sensazione di forza ed al tempo stesso esalta l'equilibrio delle geometrie. Un design elegante e discreto, composto da forme ridotte e semplificate, rende il rubinetto iconico. Il miscelatore monocomando è composto da un corpo compatto e robusto, e da una leva che caratterizza il prodotto dando un tocco originale ed energico, posizionando il prodotto tra le collezioni di punta



del brand. Il cuore del progetto è la continua ricerca di nuove forme che hanno portato Newform alla progettazione di un miscelatore dalle linee armoniche e facile da utilizzare. O'Rama permette abbinamenti tra materiali e colori rendendolo personalizzabile e offrendo diverse soluzioni per l'interior design. Il rubinetto è disponibile completamente cromato, oppure con il dettaglio della leva nero matt, quasi a mettere in luce e sottolineare il dettaglio del prodotto. Queste peculiarità lo rendono identificabile, ed estremamente versatile nell'impiego in tutti gli ambienti e non solo in quelli moderni. Il suo stile ne permette l'utilizzo in ambito privato e contract, dando massima libertà ad architetti e progettisti.

Quali sono i principali progetti che state portando avanti sul versante della sostenibilità?

Il concetto di sostenibilità, letteralmente esploso a seguito della pandemia, era stato sposato da Newform già diversi anni fa, attraverso il conseguimento delle certificazioni ambientali e di sicurezza. Le fasi del processo produttivo hanno sempre avuto un occhio di riguardo per l'ambiente e sono per noi un fiore all'occhiello. Oggi stiamo lavorando a un ulteriore efficientamento energetico degli impianti, che nella situazione attuale diventa una necessità. Stiamo anche lavorando alla definizione di bilancio di sostenibilità, importante per lavorare ancora meglio con clienti e fornitori, e al conseguimento della 231,

con codice etico preciso che tutti saremo chiamati a rispettare. Ci sentiamo pronti per compiere questi importanti passi.

Le vostre sfide per il futuro?

Vogliamo proseguire lungo il percorso intrapreso, definendo strategie sempre al passo dei tempi e delle esigenze dei clienti, ma senza inseguire tendenze effimere. Puntiamo a una produzione sempre più flessibile, veloce e in grado di adattarsi ai cambiamenti, come anche a una forte integrazione tra le attività commerciali e di marketing. Abbiamo davvero molti progetti in corso e contiamo di portarli avanti nel segno della coerenza con la nostra storia e i nostri valori. ♦