

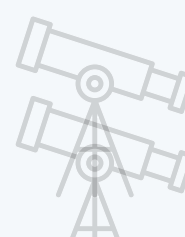
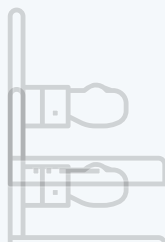
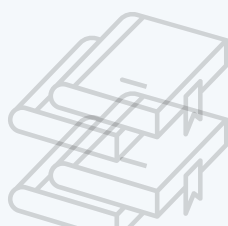
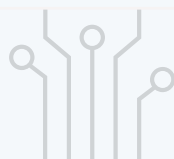
---

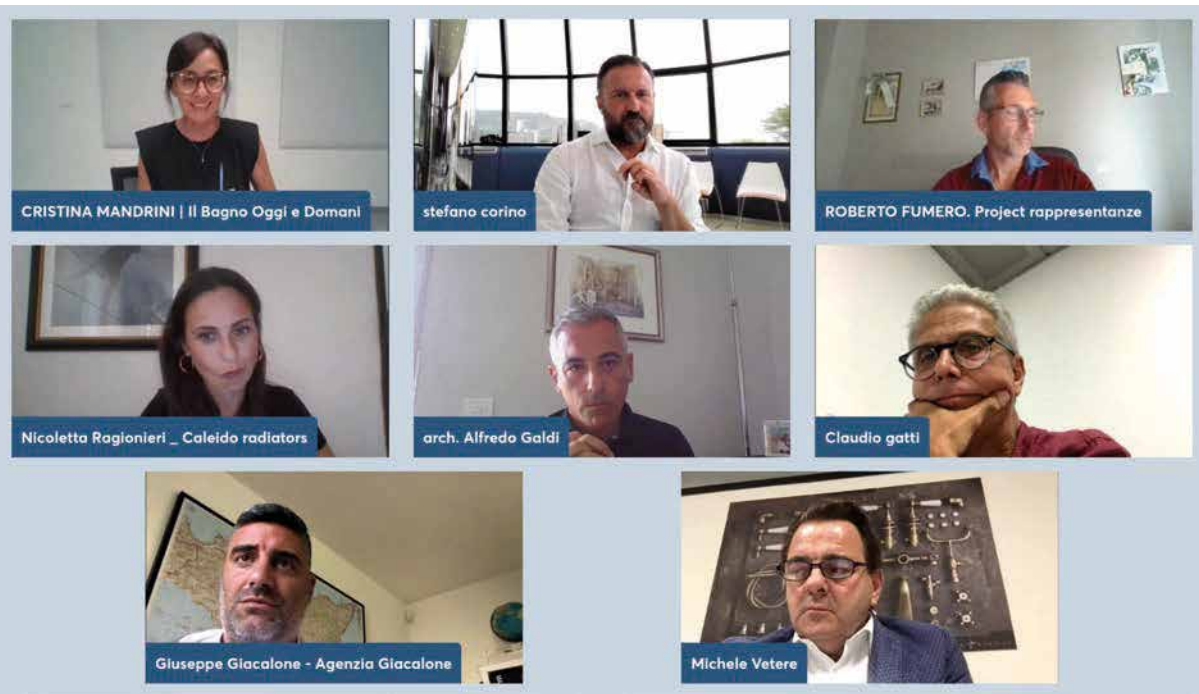
# OSSERVATORIO ARREDOBAGNO 2023

FOCUS: DISTRIBUZIONE  
ARREDOBAGNO RETE O FILIERA?

---

A CURA DI **ilbagno**  
OGGI E DOMANI





OSSERVATORIO ARREDOBAGNO /  
FOCUS: DISTRIBUZIONE ARREDOBAGNO RETE O FILIERA?

# QUALE GEOMETRIA PER IL MONDO DISTRIBUTIVO

COME STA CAMBIANDO LA TRAIETTORIA DEL PRODOTTO CHE ESCE DALLA FABBRICA E ARRIVA NELLE NOSTRE CASE? MEGLIO PARLARE DI RETE O DI FILIERA? QUALI SONO I SOGGETTI DEPUTATI ALL'INTERMEDIAZIONE, QUALI LE DINAMICHE CHE ASSICURANO UNA VENDITA DI QUALITÀ E PROFESSIONALE AI MASSIMI LIVELLI? DALLE VOCI DEGLI INVITATI A QUESTA TAVOLA ROTONDA EMERGE UN CONTINUO GRANDE FERMENTO ALL'INTERNO DEL MONDO DISTRIBUTIVO. VOGLIA DI AFFERMARE IL PROPRIO RUOLO DAL PUNTO DI VISTA COMMERCIALE, MA ANCHE DI CONTRIBUIRE ALLA DIVULGAZIONE DELLA CULTURA DELLA PROGETTAZIONE E DELLA SOSTENIBILITÀ. ALLA BASE, UNA GRANDE FIDUCIA NELLE RELAZIONI PER COSTRUIRE VERE E PROPRIE PARTNERSHIP.

DI CRISTINA MANDRINI E EMILIA TREVISANI

**O**rganizzazione, partnership, fiducia, supporto, formazione e cultura. Questi i termini che ricorrono più spesso nel vocabolario dei nostri ospiti quando raccontano la loro esperienza di lavoro, oppure all'interno della rete distributiva. Abbiamo usato la parola "rete" al posto di filiera perché è quella che più aderisce al sistema distributivo attuale, dove troviamo nuove professioni e ruoli più mirati come, per esempio, il brand trainer e il promoter. Soprattutto, colpisce la volontà e determinatezza con cui si proclama da più parti che i rapporti tra aziende di produzione, agenti commerciali, agenzie di rappresentanza, venditori in

showroom e studi di architettura devono essere molto stretti e vicendevolmente proficui. Ciascuno svolge il proprio ruolo ma si 'rema' tutti insieme e nella stessa direzione perché è fondamentale essere partner per creare sinergie che portino a risultati concreti. Il minimo comun denominatore è dare e ricevere formazione e supporto in modo costante, rinnovando non solo i prodotti, ma anche strumenti e contenuti che veicolano la vendita fino al rapporto con il cliente finale, che sia privato o impresa, architetto o contractor. Ovviamente, l'input perché tutto questo accada lo dà l'azienda produttrice – qui rappresentata da Newform – che lavora quotidianamente per dare formazione e servizio a tutti gli attori coinvolti. ■



## STEFANO CORINO

### DIRETTORE COMMERCIALE NEWFORM

STEFANO CORINO È DIRETTORE COMMERCIALE IN NEWFORM, AZIENDA DI RIFERIMENTO, A LIVELLO GLOBALE, NELLA PRODUZIONE DI RUBINETTERIA DI ALTA GAMMA. LAUREATO IN ARCHITETTURA, HA COLLABORATO CON IMPORTANTI AZIENDE E MULTINAZIONALI STRANIERE APRENDO FILIALI IN DIVERSE AREE EUROPEE E CREANDO CAPILLARI RETI DI DISTRIBUZIONE. NEL 2020 APPRODA IN NEWFORM, DOVE HA SEGUITO LA RIORGANIZZAZIONE DELLA RETE COMMERCIALE E DISTRIBUTIVA E, IN STRETTA COLLABORAZIONE CON LA PROPRIETÀ, SI OCCUPA DELLE STRATEGIE DI SVILUPPO

“ *Newform si evolve costantemente non solo in termini di prodotto, ma anche fornendo nuovi strumenti e servizi alle Agenzie di Rappresentanza e i clienti distributori. Più che una rete, stiamo creando una partnership molto stretta con tutti gli attori coinvolti nel processo della vendita, interni ed esterni: avere uno scambio continuo è il modo migliore per dare un buon servizio.* ”

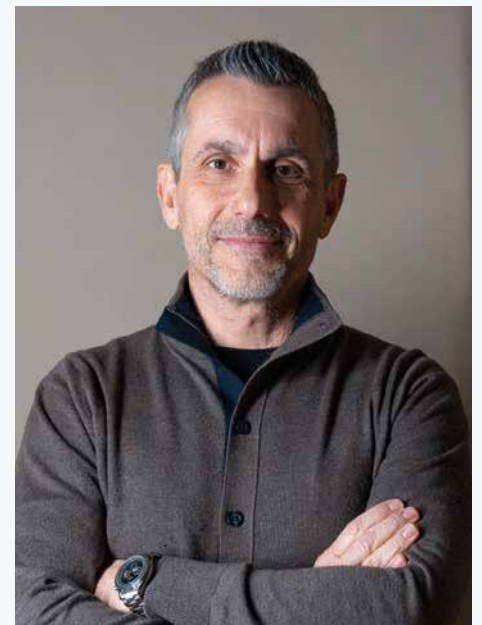
“ Negli ultimi due anni e mezzo Newform ha compiuto un percorso di riposizionamento, avviato partendo da uno studio su come esporre e spiegare ai nostri clienti i prodotti, che si posizionano in una fascia di gamma alta. Di conseguenza, abbiamo rinnovato l'immagine del brand, creato nuovi strumenti di vendita a supporto delle Agenzie che ci rappresentano e dei nostri clienti distributori, ai quali ci siamo presentati con una nuova veste, nuovi espositori, nuovi corsi di aggiornamento, nuovi strumenti per la vendita e un supporto a 360°. Il modello distributivo in Italia è cambiato molto negli ultimi anni. Ha avuto un rapido sviluppo soprattutto con l'arrivo sul mercato di alcuni player stranieri che hanno spinto diverse showroom a rinnovarsi e a specializzarsi, innalzando il livello di offerta e così premiando i nostri prodotti, che hanno ottenuto ottimi risultati di crescita sul mercato. Personalmente preferisco parlare di rete più che di filiera perché stiamo creando rapporti molto stretti tra noi - azienda di produzione - i nostri agenti e i clienti. Si tratta di un rapporto che va oltre la parte commerciale perché finalizzato a sviluppare sinergie. Per esempio, guardo al settore contract, su cui puntiamo molto e lavoriamo in collaborazione con agenzia e distributore locale. Le sale mostra dove siamo presenti sono tutte di alto livello e una buona quota della clientela è composta da architetti. Newform organizza corsi specifici dedicati ai progettisti - sia in sede, dove si può toccare con mano i processi produttivi, sia presso i nostri rivenditori partner - creando un forte legame con i professionisti, ai quali offriamo pieno supporto fino alla consulenza progettuale. Come detto, ci teniamo ad avere Agenzie qualificate e preparate poiché ci rappresentano sul territorio presso i clienti showroom: il brand trainer è un professionista Newform che si occupa esclusivamente dei corsi di formazione. Oggi non è solo la qualità del prodotto e il design a fare la differenza, ma anche supporto, formazione e servizio che l'azienda produttrice è in grado di fornire grazie a un'organizzazione efficiente. ”

## ROBERTO FUMERO

### TITOLARE DELL'AGENZIA DI RAPPRESENTANZE PROJECT

CON SEDE A CARMAGNOLA (TO), L'AGENZIA PROJECT SI COMPONE DI UNO STAFF DI CONSOLIDATA ESPERIENZA CHE OPERA IN PIEMONTE E VALLE D'AOSTA. QUATTRO AGENTI PER GESTIONE DELLA CLIENTELA, PROGETTAZIONE E SVILUPPO TECNICO COMMERCIALE DEGLI SHOW ROOM, SUPPORTATI DA DUE VALOROSE IMPIEGATE. UNA FIGURA FEMMINILE - DI GRANDE COMPETENZA RELAZIONALE - SI DEDICA ALLA FORMAZIONE DEI RIVENDITORI, AL SERVIZIO AI PROGETTISTI E ALLE IMPRESE. SUPPORTO COMPLETATO DA UN ESPERTO DI WEB MARKETING.

“ Il ruolo dell'agenzia di rappresentanza è molto cambiato negli anni: dalla visita ai rivenditori per la sola vendita del prodotto, si è passati alla fornitura di una serie di importanti servizi. Il nostro ruolo è fornire al venditore di showroom e agli studi di architettura tutte le informazioni che riguardano il prodotto e lo differenziano sul mercato. Queste informazioni, a caduta, vengono trasmesse al cliente finale. Oggi, da un lato il mercato è fortemente diversificato - con moltissimi marchi e prodotti rispetto a qualche decennio fa - dall'altro è presente una concorrenza che può venire dal web, da prodotti scadenti, da vendite mordi e fuggi dove il prezzo è l'unica variabile. L'agenzia, quindi, è molto impegnata nella formazione per trasferire il valore aggiunto dei prodotti di alta gamma al venditore, spiegando anche cosa c'è dietro la composizione del prezzo. Nel tempo ci siamo trasformati - d'altronde il nostro lavoro è un'evoluzione continua - e oggi rappresentiamo brand importanti che si pongono nella fascia medio-alta e alta di mercato. L'agenzia è strutturata con quattro persone che visitano costantemente i clienti e con una figura dedicata esclusivamente alla formazione. Siamo parte di una rete ben precisa e il nostro lavoro è fondamentale per trasmettere tutto quello che l'azienda produttrice fa, a partire da come si ottenga un prodotto di design e di alta qualità, frutto di ricerca e di processi produttivi all'avanguardia. La formazione diventa, quindi, l'aspetto prioritario per la vendita, ed è proprio con il venditore di showroom che si gioca il 60% del nostro lavoro oggi, perché l'istruzione è fondamentale e lo sarà sempre di più anche per il futuro. Gli aspetti più importanti sono un buon servizio e - lo ribadisco - la formazione che deve essere quotidiana, sia quella che riceviamo sia quella che trasmettiamo. Il nostro ruolo sarà sempre più professionale, bisognerà essere sempre più bravi e più preparati ma, proprio grazie a questo, sarà molto incentivante. ”



“ *La nostra agenzia di rappresentanza ha clienti da più di 30 anni e, naturalmente, nel tempo si costruisce quel rispetto, quella fiducia reciproca che è fondamentale nel nostro lavoro. Dopo gli accordi commerciali con le imprese fornitrici, la partita si gioca tutta sul servizio - preciso e competente - che siamo in grado di fornire ai clienti rivenditori e studi di architettura.* ”

## GIUSEPPE GIACALONE

TITOLARE E FOUNDER, AGENZIA DI  
RAPPRESENTANZA GIACALONE CONSULTING

DA 15 ANNI L'AGENZIA GIACALONE RAPPRESENTA AZIENDE DI ARREDOBAGNO IN TUTTA LA SICILIA. NEL SUO LAVORO LA PRIORITÀ È SODDISFARE IL SUO INTERLOCUTORE IN OGNI ESIGENZA. LA SUA MISSION È DIFFONDERE SEMPRE PIÙ LA CULTURA DEL DESIGN, COME VALIDA E INNOVATIVA SOLUZIONE PER MIGLIORARE IL COMFORT DEGLI SPAZI ABITATIVI. L'AGENTE DEL FUTURO? DOVRÀ AVERE SPICcate DOTI DI PROBLEM SOLVING E SOPRATTUTTO PASSIONE!

“ Forniamo formazione e coaching, organizzando periodicamente dei corsi presso le aziende fornitrici, insieme ai brand-trainer aziendali. Anche qui in agenzia, coinvolgendo venditori di sale mostra, interior designer e architetti. Questo modo di operare è iniziato nel 2012 quando, dopo aver collaborato con una importante agenzia siciliana e con l'arrivo dei big della GDO mi è stato subito chiaro che la leva prezzo era a loro favore, per cui ho deciso di rimettermi in gioco e ho aperto la mia attuale agenzia, collaborando con brand - specie italiani - ricchi di argomenti. Da allora opero alla ricerca di gusto, design, referenze, sartorialità del prodotto e di soluzioni dove il prezzo non è determinante. La mia scelta è stata premiata dai risultati ottenuti fino a oggi, che collocano la mia agenzia tra le più performanti del territorio siciliano. Almeno una volta al mese visito le aziende che rappresentiamo, in modo da approfondire la conoscenza della loro produzione. Questo mi porta ad acquisire più informazioni, che poi trasferisco ai venditori in showroom, e più relazioni di fiducia con alcune figure aziendali, come i Commerciali, che quotidianamente supportano il mio lavoro. Anche i miei due collaboratori, che si occupano egregiamente del back-office, ovviamente conoscono bene le dinamiche interne delle aziende con cui collaboriamo, i prodotti e i processi produttivi, oltre agli showroom nostri clienti e partner. Inoltre, personalmente cerco di essere parte attiva per quanto riguarda le tendenze del mercato, consigliando le proposte da esporre. Con la stessa costanza e precisione mi confronto con i venditori di showroom, con i professionisti del progetto, fornendo sempre un supporto immediato. Per esempio, quando il cliente finale trova in Internet false informazioni e prezzi sui prodotti, può cogliere impreparato il venditore. ”



“ È nostra abitudine studiare nel dettaglio i brand che rappresentiamo e cercare di anticipare le richieste del mercato. La nostra mission è diffondere la qualità del design delle aziende che hanno da “raccontare” al mercato ed è un mercato che ci sarà sempre. Per il futuro penso che i settori arredo e arredobagno convergeranno in unica proposta per la casa. ”

## NICOLETTA RAGIONIERI

RESPONSABILE COMMERCIALE  
ITALIA, CALEIDO

LAUREATA IN ARCHITETTURA E CON UN BUON BAGAGLIO DI ESPERIENZA NEL MONDO DELL'ARREDOBAGNO, NEL 2022 NICOLETTA RAGIONIERI ENTRA IN CALEIDO COME RESPONSABILE COMMERCIALE ITALIA, DOVE SEGUE LA FORMAZIONE DELLE AGENZIE. GIOVANE E DINAMICA, GRAZIE A UN CORSO DI FORMAZIONE PER LA RIQUALIFICAZIONE ENERGETICA DEGLI EDIFICI ACQUISISCE NUOVE COMPETENZE LEGATE AL CONCETTO DI SOSTENIBILITÀ CHE PORTA IN CALEIDO, LAVORANDO ANCHE CON IL TEAM DI RICERCA E SVILUPPO..

“ Istruzione e formazione sono fondamentali per svolgere bene il mio ruolo e offrire opportunità alla nostra rete, in cui spicca da tempo una nuova figura professionale, quella del promoter. Quando si parla di radiatore di alto livello, infatti, c'è bisogno di professionisti che spieghino nel dettaglio questo tipo di prodotto che ha delle efficienze a livello prestazionale, ma anche un design raffinato. Il promoter segue nello specifico gli studi di architettura. Quando è nata nel 1993, Caleido si occupava esclusivamente di efficienza prestazionale e produceva tubolari ad altissima prestazione energetica. Con il passare degli anni sono arrivati in azienda diversi designer di fama che hanno progettato radiatori utilizzando un nuovo materiale: l'alluminio. Prima Caleido utilizzava solo acciaio e ghisa. L'alluminio è un materiale completamente riciclabile a fine vita, un plus importante da raccontare, che sposa il concetto di sostenibilità sostenuto dall'azienda. L'impianto di riscaldamento sta cambiando, il trend dei sistemi radianti è in crescita e il mercato del radiatore si sta spostando dall'idraulico all'elettrico. Non a caso Caleido si è già attivata per soddisfare normative di eco-design. La sostenibilità è da sempre un valore fondante, trattando il tema del calore, strettamente legato al tema dei consumi e dell'energia. Caleido ha una rete di agenti, 23 agenzie sparse sul territorio italiano che seguono 600 clienti distributori. È una rete molto capillare e lavoriamo molto in ambito contract, oltre che con il cliente finale e il progettista. Da parte mia cerco di essere di supporto a tutti loro, ma anche ai clienti stessi, mi metto in gioco in prima persona ”



“ La formazione è una ‘catena’ di comunicazione fondamentale poiché non si può vendere ciò che non si conosce. La rete distributiva che si muove attorno al prodotto Caleido è allineata, sia per quanto riguarda le tendenze estetiche sia su concetti tecnici. Trasmettiamo tutte le informazioni - dal design alle prestazioni, dai materiali alla sostenibilità, in caso contrario difficilmente il venditore proporrà il nostro prodotto. ”



## MICHELE VETERE

### RESPONSABILE DEL SETTORE ARREDOBAGNO, GRUPPO BERNI

IL MONDO DELLE COSTRUZIONI È SEMPRE STATO LA PASSIONE DI MICHELE VETERE. DOPO IN DUE DIPLOMI IN GEOMETRA, PER DIVERSI ANNI HA PROGETTATO E VENDUTO EDIFICI COMMERCIALI ARTIGIANALI E PRODUTTIVI. ENTRATO A FAR PARTE DELLA BERNISTORE NEL 2015 COME SPECIALISTA DI PRODOTTO, ATTUALMENTE È RESPONSABILE DEL SETTORE ARREDO BAGNO.

“ Come Gruppo di distribuzione abbiamo una necessità fortissima: avere i nostri consulenti alla vendita costantemente molto aggiornati e ben informati perché il prodotto di tutto il settore arredobagno è sempre più di qualità e per trasmetterla dobbiamo conoscere i materiali, le peculiarità delle finiture, i processi produttivi e le tecniche di lavorazione, anche quelle artigianali. ”

“ Nato nel 1950, il Gruppo Berni si occupa di distribuzione arredobagno e rivestimenti e, negli anni, si è sviluppato in modo capillare su tutto il territorio toscano. Oggi ha 15 showroom per un totale di 12.500 metri quadrati di esposizione e 170 dipendenti. Curo i rapporti con le oltre 30 aziende fornitrici del settore, con tutti i nostri punti vendita e sono il riferimento dei 90 consulenti alle vendite per ciò che riguarda il mondo arredobagno. Sono convinto che tra distributore e fornitore ci debba essere una sinergia fortissima, per il fornitore noi rappresentiamo la continuazione dell'azienda sul territorio. L'unico modo per fare sinergia è avere obiettivi comuni e al nostro partner chiediamo di vivere la nostra realtà. Le nostre sale mostra presentano ambientazioni complete, diversissime, armoniche e curate nei minimi dettagli. Abbiamo avviato l'allestimento di comer espositivi molto ampi - dove si percepisce la capacità aziendale - creando un percorso emotivo che include varianti del prodotto per forma e finiture. Oggi vendere arredobagno significa cucire un abito su misura del cliente, come fanno i nostri consulenti utilizzando la showroom come vero e proprio strumento di vendita. Ultimamente abbiamo organizzato una full-immersion di due giorni, invitando i partner più importanti che hanno fatto formazione ai nostri venditori raccontando il prodotto a partire dal processo produttivo. Al fornitore chiediamo anche supporto e servizio nel post-vendita. È di primaria importanza perché possono sorgere diverse problematiche, a partire dall'uso di detergenti aggressivi da parte dell'utente finale. Ci teniamo a dare una risposta immediata al cliente finale, che si concretizza in una relazione meticolosa. In una struttura come la nostra la collaborazione con le aziende è fondamentale, non so se chiamarla filiera o rete, di certo abbiamo bisogno di un rapporto molto forte. ”

## CLAUDIO GATTI

### DIRETTORE GENERALE, GRUPPOBEA

IMPREDITORE FIN DALL'ETÀ DI 18 ANNI, CLAUDIO GATTI E SUO FRATELLO ROBERTO HANNO PORTATO AVANTI L'ATTIVITÀ DEL NONNO E DEL PADRE, RIVENDITORI DI MATERIALE EDILE. CON ALCUNI SOCI, NEL 1973 HANNO INTRAPRESO L'AVVENTURA GRUPPOBEA NEL MONDO DELLE FINITURE. ANNO DOPO ANNO, L'AZIENDA SI È TRASFORMATA ALLARGANDO LA SUA PROPOSTA MERCEOLOGICA E, DI CONSEGUENZA, ALZANDO IL LIVELLO DEI BRAND E DEL POSIZIONAMENTO DI GRUPPOBEA ALL'INTERNO DEL COMPARTO DELLA DISTRIBUZIONE E PROGETTAZIONE DELL'AMBIENTE BAGNO E CASA.

“ Il rapporto diretto con le aziende produttrici - che consideriamo nostri partner - e le agenzie di rappresentanza è essenziale per conoscere a fondo i prodotti che noi esponiamo e che i clienti qui possono toccare con mano. Per essere all'altezza della situazione il rivenditore deve essere ben strutturato, con addetti alla vendita che non solo siano in grado di trasmettere i plus tecnici ma che sappiano emozionare il cliente e - aggiungo - conoscere bene anche la griglia dei prezzi per proporre il prodotto adeguato alla capacità di spesa del cliente. Abbiamo due showroom di 5.000 mq ciascuna, 110 dipendenti, un fatturato che supera 45 milioni di euro. Siamo conosciuti e a Milano abbiamo una visibilità altissima. Le nostre sale mostra offrono un alto livello di consulenza e di servizio e un grande supporto alla conoscenza dei brand sul mercato. Con Newform collaboriamo da più di 10 anni, azienda che da sempre punta sull'alta qualità del prodotto e sull'evoluzione continua delle sue proposte, che si distinguono per anche per forme e finiture originali. In definitiva, Newform è un cliente partner sempre allineato alla realtà del mercato. Ne consegue che il rivenditore deve essere all'altezza della situazione, iper competente, deve visitare spesso la produzione - cosa che puntualmente facciamo - e accogliere i rappresentanti dei fornitori. Questo ruolo, quello del rappresentante, è cambiato nel tempo: vengono su appuntamento, con le idee chiare. Ciascuno svolge il proprio compito, che è ben definito, con massima professionalità: il produttore deve essere innovativo, il distributore deve credere nel progetto dell'azienda produttrice ed esserne parte integrante. Infine, il cliente finale, professionista o meno, batterà il tam-tam con il passa-parola, che è un'ottima pubblicità. ”



“ Il GruppoBea rappresenta 140 aziende produttrici. Siamo esclusivamente showroom, non facciamo anche vendita al banco e non siamo grossisti, questo perché riteniamo di volere e dovere essere diversi. Architetti, imprese e clienti finali si affidano a noi come garanzia di qualità e per usufruire dei nostri servizi. Siamo una squadra affiatata e questo è riconosciuto e apprezzato dalla clientela. ”



## ALESSANDRA GESSI AMMINISTRATORE DELEGATO NEWFORM

AZIENDA PRODUTTRICE AFFERMATA NEL MONDO DELLA RUBINETTERIA DI DESIGN E DI QUALITÀ, NEWFORM HA AVVIATO UN PROCESSO DI RIQUALIFICAZIONE E RIPOSIZIONAMENTO DEL BRAND CHE HA COINVOLTO DIVERSI COMPARTI AZIENDALI, LE ATTIVITÀ DI MARKETING E LA RETE DISTRIBUTIVA DI RIFERIMENTO DELL'AZIENDA. IL PRODOTTO E LA RICERCA COSTANTE DI NUOVE SOLUZIONI ESTETICHE E TECNICHE VA DI PARI PASSO CON LA COMUNICAZIONE CONTINUA, LA FORMAZIONE E LE ARGOMENTAZIONI CHE NEWFORM FORNISCE ALLE SUE AGENZIE DI RAPPRESENTANZA, AI VENDITORI DI SHOWROOM E AGLI ARCHITETTI. UN'ATTENZIONE PARTICOLARE È DEDICATA ALLA CURA DELLE AMBIENTAZIONI E DEI CORNER IN SALA MOSTRA, PERSONALIZZABILI. A QUESTO SI AGGIUNGONO ATTIVITÀ DI SUPPORTO E DI SERVIZI MESSI A DISPOSIZIONE DELLA RETE PER POTER REALIZZARE PROGETTI IN AMBITO HOME, PER IL RESIDENZIALE DI LUSO E PER IL SETTORE CONTRACT, SOPRATTUTTO QUANDO È RICHIESTO UN ALTO GRADO DI PERSONALIZZAZIONE. C'È, INFATTI, UN FORTE ALLINEAMENTO TRA L'AZIENDA E GLI ATTORI DELLA RETE DISTRIBUTIVA E QUI ENTRA IN GIOCO SICURAMENTE IL FATTORE UMANO, FONDAMENTALE PERCHÉ IL VIAGGIO DEL PRODOTTO FINO AL MERCATO FUNZIONI IN MODO PERFORMANTE.

**N**ewform ha avviato da tempo un processo di riqualificazione e ri-programmazione della attività di marketing e di distribuzione del prodotto, in linea con la strategia di riposizionamento del brand.

Come è stata coinvolta la rete distributiva di Newform in questo processo? E con quali opportunità e obiettivi? Newform è nata come azienda di design e resta per noi un valore di primaria importanza. All'interno delle strategie di riposizionamento che stiamo mettendo in atto è fondamentale avere prodotti che al design aggiungano caratteristiche di attualità e di tendenza. Il reparto produttivo interno ci permette di essere flessibili e di proporre finiture particolari e personalizzate, soprattutto a livello di verniciatura poiché anche questo processo viene svolto interamente in azienda. Siamo sempre in evoluzione e interessati a nuove soluzioni di finitura. Attualmente puntiamo molto su quelle in Pvd, particolarmente resistenti, brillanti e con cui si possono realizzare infinite cromie. In linea con questo trend di mercato, Newform propone la rubinetteria nelle finiture lucide e opache spazzolate. Oltre a porre particolare cura e attenzione nel realizzare prodotti che si distinguano sotto il profilo estetico, abbiamo svolto un importante lavoro a livello di comunicazione e marketing, spaziando su tutti canali, dai social allo studio di cataloghi più attrattivi e di listini chiari e semplici da utilizzare. Tutte queste attività trovano riscontro nelle sale mostra: abbiamo già studiato un apposito merchandising in linea con l'immagine del prodotto che proponiamo e siamo anche in grado di realizzare corner o ambientazioni personalizzate su misura per i nostri clienti, sia in Italia che all'estero.

Tutte queste attività rappresentano un'opportunità per la distribuzione. Oggi, per un'azienda come Newform come sono cambiate le modalità di distribuzione, il modo con cui un prodotto si porta dalla fabbrica all'utilizzatore finale?

I nostri prodotti sono distribuiti grazie a una rete vendita capillare presente su tutto il territorio, insieme ad agenti molto preparati, in grado di proporre un prodotto di alto livello come quello di Newform, quindi agenzie adatte a trasmettere tutti quei valori che noi come azienda riteniamo molto importanti. Naturalmente, oltre a una rete vendita strutturata è necessario avere la clientela in grado di apprezzare un prodotto come il nostro. Svolgiamo attività di formazione alle agenzie che collaborano con noi e anche ai venditori dei nostri clienti showroom perché sia chiara la differenza tra un prodotto Newform e uno più di 'prezzo' e quindi possano trasmettere i plus e i valori aggiunti dei nostri prodotti al cliente finale o al professionista. Invitiamo e siamo felici di ospitare in azienda clienti, agenti e studi di architettura, dove organizziamo visite guidate e corsi di formazione specifici. Il canale contract sta assumendo grande importanza per noi, tanto che al nostro interno abbiamo una Business Unit Contract dedicata allo sviluppo di questo mercato che era un po' inesplorato. Oggi ci sentiamo pronti anche per intraprendere questa strada poiché, grazie alla nostra versatilità siamo in grado di personalizzare al massimo le forniture e quindi di soddisfare appieno le richieste dei progetti, dall'hotellerie al residenziale e alle ville di livello.



OSSERVATORIO  
ARREDOBAGNO  
**2023**

Puoi vedere tutti i contributi video della tavola rotonda sul nostro sito [www.ilbagnonews.it](http://www.ilbagnonews.it)