

# Un mercato ricco di opportunità

*Specializzati nel campo degli automatismi per le chiusure/aperture degli edifici, considerano l'installatore elettrico una figura strategica per il proprio settore. E a lui, dedicano prodotti e tanto impegno nell'ambito della formazione. A colloquio con Roberto Mezzalira, alla guida dell'azienda*



Roberto Mezzalira, direttore generale Somfy Italia.

La filiale italiana del Gruppo Somfy è nata nell'ormai lontano 1978. Diretta da Roberto Mezzalira, commercializza automatismi e sistemi di controllo per la gestione delle chiusure e aperture degli edifici. In particolare in Italia, dove le applicazioni della domotica alle abitazioni sono piuttosto recenti, questa azienda si posiziona indiscutibilmente tra le leader di mercato. Dal 1978 ad oggi è cresciuta in maniera esponenziale sia in termini di fat-

turato che di collaboratori: ha chiuso il 2006 con un fatturato di 18.354.000 euro e già nei primi mesi del 2007 ha registrato una forte e costante crescita. Il fatturato consolidato di Somfy Italia rappresenta il 5% di quello del Gruppo, ed è composto al 65% dalla motorizzazione delle tapparelle e al 35% dalla motorizzazione delle tende.

Grazie alla partnership con i più importanti produttori e assemblatori nazionali di tende, tapparelle, frangisole, finestre e schermi, Somfy è in grado di proporre soluzioni appropriate e affidabili coperte per altro da una garanzia internazionale di 5 anni. E proprio in un'ottica di costante attenzione al mercato, a partire dal 2003 l'azienda ha avviato un'intensa di formazione rivolta ai clienti per migliorarne la produttività, la qualità e l'efficacia del lavoro. La varietà dei temi trattati e la tipologia delle applicazioni, consentono a varie figure professionali

(installatori, assemblatori, tecnici dell'assistenza, funzionari commerciali e personale in fase di formazione) di approfondire la conoscenza delle soluzioni proposte da questa azienda. Per questo, nel corso degli anni in numero dei tecnici formati è cresciuto dal centinaio del primo anno, ai 2.000 del 2006. L'obiettivo è raggiungere le 3.000 unità nel corso del 2008. Per approfondire meglio le strategie di questo marchio, che oltretutto in questi mesi è stato presente in televisione con spot pubblicitari dedicati al mercato

## Alcuni numeri di Somfy Italia

- Fatturato 2006: 18,354 milioni di euro
- 54 dipendenti
- 1 filiale di proprietà di 5.000 mq
- 2.300 clienti attivi
- 430 Installatori Expert Somfy
- 31 aziende Business Partner
- 2.000 installatori formati alla Scuola Somfy nel 2006

tende da sole e tapparelle, abbiamo intervistato Roberto Mezzalira.

**D: Sig. Mezzalira, ma che ruolo hanno, gli installatori elettrici, nel mondo degli automatismi per tende e tapparelle?**

**R:** Oggi più che mai, un ruolo determinante e importante. Perché sono queste figure professionali, il punto di riferimento certo e affidabile al quale il più delle volte si rivolgono gli utenti finali in cerca di consigli e consulenza. Quindi il loro ruolo non è più solo tecnico, bensì anche commerciale e propositivo.

**D: Una situazione mutata nel tempo?**

**R:** Indubbiamente. Agli esordi di questo mercato, tutto era nelle mani degli specialisti in tende e tapparelle, che solo in alcuni casi si rivolgevano agli elettricisti per i collegamenti elettrici. Oggi invece la situazione è molto diversa.

**D: E cosa ha stimolato questo cambiamento?**

**R:** Prima di tutto, il nuovo approccio alle questioni relative all'impiantistica elettrica. La 46/90, per intenderci. E poi l'evoluzione tecnologica che, con la domotica, ha aperto le porte a nuove funzioni tutte legate all'impianto elettrico e alle figure professionali di questo comparto.

Tant'è vero che oggi i nostri prodotti sono tutti dotati di sistemi di controllo e gestione compatibili Lon e Konnex, per garantire una efficace interoperabilità con tutti gli altri sistemi.

**D: Insomma, ad oggi per un elettricista è importante sviluppare conoscenze specifiche anche nell'ambito delle motorizzazioni di tende e tapparelle?**

**R:** Direi proprio di sì. Il nostro è un business interessante, remunerativo e relativamente semplice. Perché richiede

competenze specifiche, ma non certo particolari. Tanto più che nello caso di Somfy, abbiamo realizzato prodotti veramente facili da installare, in kit con istruzioni chiare ed esaurienti, destinati proprio al mercato degli elettricisti, che di meccanica non si sono mai occupati e di conseguenza necessitano di essere guidati nella fase di installazione delle motorizzazioni.

**D: Quindi per voi l'installatore elettrico è così strategico da meritare prodotti dedicati?**

**R:** È un punto di riferimento tanto importante da meritare non solo prodotti, ma anche servizi e supporti, dedicati.

**D: Vuole raccontarci qualcosa di più?**

**R:** Volentieri. Abbiamo strutturato un fitto calendario di incontri formative, e attenzione: parliamo di formazione tecnica, non di informazione commerciale! Con appuntamenti presso la nostra sede, oppure itineranti per essere più vicini, anche logisticamente, ai nostri clienti. Dopo di che ci siamo dotati di un call center al quale rispondono tecnici specializzati il cui compito è guidare e aiutare gli installatori in caso di necessità. Per concludere, stiamo cercando di raggiungere il consumatore finale con una campagna pubblicitaria televisiva, per far crescere la cultura dell'automazione anche negli utenti, sviluppando così nuovi business per tutti.

**D: Ma un installatore che vuole acquistare i vostri prodotti, a chi si deve rivolgere?**

**R:** Al suo grossista di riferimento. Oppure, se il suo grossista non tratta il nostro marchio, può rivolgersi direttamente a noi.

Perché l'obiettivo non è certo quello di accorciare la filiera, bensì di garantire un corretto servizio anche agli installatori che operano in zone meno presidiate dalla distribuzione tradizionale. ■

