



L'opinione

Maurizio Morini, Amministratore Delegato di Made, ci ha illustrato le strategie del Gruppo per il settore dell'Impiantistica.



- *A suo avviso le rivendite di oggi sono pronte ad affrontare anche assortimenti e servizi legati al mondo della tecnologia impiantistica?*
- Le rivendite più evolute, quelle che hanno avviato show room, concreti servizi di progettazione e post vendita, e rapporti stabili di collaborazione con il mondo della prescrizione, sono pronte e oggi devono fare un ulteriore salto di qualità che le porti sempre più vicine all'importante traguardo di diventare riferimenti competenti per tutto ciò che ruota intorno alla realizzazione di un edificio.
- *Esistono secondo lei prodotti che più di altri si avvicinano agli assortimenti attuali delle rivendite evolute?*
- Crediamo che inevitabilmente si debba partire dal fotovoltaico e solare termico. Perché si tratta di sistemi complementari alla struttura, alle coperture insomma. Quindi i più semplici da inserire e vendere, in un centro di distribuzione edile. Sono di fatto la naturale evoluzione della nostra storia commerciale.
- *Ma ci sono rivendite che concretamente hanno iniziato a lavorare anche in questi ambiti?*
- In Made abbiamo strutturato e reso operativo un progetto dedicato. Le rivendite stanno progressivamente aderendo all'iniziativa, segno evidente che una volta messi a disposizione del mercato gli strumenti giusti, questo è pronto a riceverli.
- *Mentre per quanto riguarda altre referenze come le caldaie ad alta efficienza o i sistemi di climatizzazione?*
- Per queste tecnologie l'approccio è ancora tutto da definire. Qualche tentativo in passato è stato fatto, ma con risultati deludenti. Per questo riteniamo si debba procedere per piccoli ma decisi passi. Lavorando in modo sistematico e strutturato, per inserire le nuove merceologie in maniera stabile e ponderata.
- *Come è strutturato il progetto di Made?*
- Abbiamo creato dei legami di partnership con progettisti e installatori specializzati, in grado di supportare le rivendite nella gestione di tutto ciò che occorre all'impresa per mettere in servizio un impianto. Questi legami sono a disposizione di tutti gli aderenti Made. Che possono così accedere a competenze tecnologiche professionali in tempo reale, acquisendo man mano un know-how qualificato, garantendo al contempo un ottimale servizio ai clienti anche nell'immediato.
- *Vi siete dati degli obiettivi commerciali per questo progetto?*
- Certamente. Contiamo infatti di poter arrivare entro fine anno a una cinquantina di punti vendita attivi nel mercato degli impianti per il risparmio energetico.