

NOVEDIL - GRUPPO MADE, SENIGALLIA (AN)

Portafoglio prodotti

- ◆ pavimenti e rivestimenti
- ◆ arredobagno
- ◆ porte e infissi
- ◆ arredamento da esterno
- ◆ piscine
- ◆ arredamento da interno

Tipologia clienti

- ◆ privati: 50%
- ◆ imprese edili: 50%

Struttura espositiva

Novedil, operante a Senigallia in una zona di grande passaggio e visibilità è presente con un grande show room di circa 1.500 metri quadrati che si sviluppa su due piani. Vi è anche uno spazio esterno di circa 700 metri quadrati arredato a giardino e utilizzato come esposizione di arredamenti e complementi per esterno, comprese le piscine, di cui una installata e funzionante.

Davide Micci - Titolare Novedil

SB: Quando avete aperto lo show room, quali obiettivi funzionali o di immagine si è posto?

Micci: "La nostra realtà è ben radicata nel territorio della provincia di Ancona nel settore dei materiali edili. Aprire uno show room per noi ha significato completare la gamma dei prodotti offerti, in quanto partendo dalla vendita del ferro sagomato (con la Stafferia Srl nostra partner) e commercializzando tutti gli altri materiali edili, il segmento che mancava era proprio quello delle finiture".

SB: Vi siete affidati a società specializzate nell'allestimento di sale mostra? Perché?

Micci: "Ci siamo affidati ad Arredo per quanto concerne la parte dell'esposizione delle finiture, mentre per la parte outdoor ci siamo rivolti alla Frassinago 18 di Bologna, società specializzata nella creazione di spazi per esterno. Il tutto coadiuvato e seguito da un consulente organizzativo che ci ha aiutato nel processo di realizzazione. Sicuramente affidarsi a ditte specializzate può sembrare inizialmente più oneroso, tuttavia questo costo viene ampiamente ripagato dall'efficiente organizzazione e dai tempi ristretti di realizzazione della sala mostra".

SB: Quali sono stati i criteri di scelta del progettista e dell'allestitore?

Micci: "Abbiamo incaricato tre diverse aziende di realizzare tre progetti, alla fine abbiamo scelto in base alla proposta progettuale e alle informazioni positive raccolte sul territorio, in questi casi il consiglio che posso dare è quello di non soffermarsi soltanto alla parte economica, che è comunque importante, ma cercare di capire com'è organizzata l'azien-

Case Study

da presa in considerazione. È fondamentale che quest'ultima sia precisa e veloce nelle consegne, dato che durante la fase di allestimento della sala mostra gli attori coinvolti sono diversi, dai progettisti, agli impiantisti, dai cartongessisti, ai muratori, ognuno con le proprie specifiche esigenze di lavoro e di tempistica. Vi assicuro che se tali soggetti non vengono coadiuvati nel migliore dei modi, i problemi organizzativi che possono nascere sono seri, sia in termini di spreco di tempo che di denaro. Riteniamo, quindi, che il fornitore dell'arredamento sia un punto focale della filiera".

SB: Quali sono stati i principali criteri di organizzazione degli spazi espositivi?

Micci: "Abbiamo optato per spazi espositivi visibili ed ambientati. Al piano terra vi è l'esposizione relativa al settore dei pavimenti e rivestimenti e lo spazio outdoor, al primo piano, invece, troviamo il settore delle porte e degli infissi. Per quanto riguarda la scelta dei materiali da esporre nei box abbiamo preferito non affidarci alle aziende produttrici di ceramiche, ma ci siamo rivolti a una consulente esperta nella scelta dei materiali".

SB: Quali eventuali difficoltà organizzative o criticità sono state riscontrate?

Micci: "Nel nostro caso, avendo ristrutturato anche tutta la parte muraria, gli attori coinvolti sono stati veramente tanti, di conseguenza le maggiori criticità che abbiamo dovuto affrontare sono state quelle relative ad organizzare le esigenze di tutti gli attori coinvolti, al fine di far proseguire al meglio il lavoro".

SB: Quali pratici consigli e suggerimenti si sentirebbe di dare a un collega che dovesse affrontare questa esperienza?

Micci: "Consiglierei di non valutare i propri fornitori esclusivamente per la parte economica, ma per il servizio, la consulenza e l'organizzazione che sono in grado di offrire. Riteniamo, infatti, che riuscire ad aprire il proprio show room nei tempi stabiliti senza perdere altro tempo, significa iniziare a vendere prima: il ritardo nella consegna di una sala mostra significa perdita di denaro".

