

L'Ufficio Export di Alphacan

UNA PICCOLA SQUADRA ALLA CONQUISTA DEL MONDO

In tre gestiscono tutte le esportazioni, che coprono la metà delle vendite totali di Alphacan



Il viaggio alla scoperta di Alphacan prosegue: in questo numero lo Spazio Aperto è dedicato all'Ufficio Commerciale Export, con sede a Pergine.

Chi dice che bisogna essere in tanti per ottenere dei risultati? L'Ufficio Commerciale Export ne è un esempio: nonostante le persone impegnate in questodipartimentosianodecidamente poche (tre), i risultati ottenuti non sono certo di poco conto.

Oltre che sul mercato italiano, i prodotti Alphacan sono infatti richiesti ed apprezzati praticamente in tutta Europa, ma non solo: Spagna, Francia,

Irlanda, Gran Bretagna, Svizzera, l'area dei Balcani (Slovenia, Croazia, Serbia e Montenegro, Bulgaria) e la lontana Singapore rappresentano un mercato importantissimo per la nostra azienda. In termini percentuali, seppure si distribuiscano prodotti di tipologie e caratteristiche diverse rispetto all'Italia, le esportazioni rappresentano il 50% delle vendite totali annue di Alphacan.

L'attività dell'Ufficio Export, sotto la supervisione della Direzione Commerciale, consiste principalmente nello stringere e consolidare relazioni commerciali con i clienti all'estero, garantendo loro un servizio ottimale. Questo si traduce nell'assistenza continua al cliente, dalla gestione degli ordini alla realizzazione di prospetti e materiale illustrativo, in collaborazione con l'Ufficio Marketing, alla soluzione di eventuali controversie o difficoltà, fino ad arrivare ad una collaborazione su tutti i fronti.

Naturalmente il successo di Alphacan all'estero è frutto di un lavoro di squadra, in cui l'ufficiocommercialecollaboraproficuamenteconaltridipartimentidell'azienda.

Mantenere i rapporti con una clientela sparsa per tutta Europa non è facile e, quindi, l'Ufficio Export deve avvalersi anche della collaborazione di "colleghi" dislocati in altra sede: per quanto riguarda la penisola iberica, ad esempio, la Divisione Profili di Alphacan ha una filiale a Miranda de Ebro (Burgos), che gestisce tutto il mercato spagnolo e portoghese. Allo stesso modo, seppure facendo capo ad Alphacan Italia, in altre zone d'Europa il mercato è adeguatamente sviluppato e monitorato da agenti e distributori locali, che garantiscono in questo modo un contatto più capillare e soprattutto più "personale" con i clienti. Grazie a questa rete di vendita così organizzata, Alphacan riesce a controllare il proprio mercato ed a rispondere con successo alle varie esigenze.

Presentiamo ora singolarmente le persone addette all'Ufficio Export di Alphacan, perché si possano associare un nome ed un cognome ad un volto ed una descrizione.

**Mirko Anesi**

34 anni, lavora in Alphacan dal 1998. Laureato in Economia e Commercio presso l'Università di Trento, attualmente è il responsabile dell'Ufficio Export. Grazie a numerose esperienze di studio all'estero ha appreso le lingue straniere che abitualmente si utilizzano per comunicare con la clientela estera. Il suo ruolo lo vede spesso in trasferta, in quanto le esigenze commerciali e di ricerca di nuovi mercati richiedono frequenti visite ai clienti. Collabora strettamente con la Direzione Commerciale, con l'Ufficio Tecnico Ricerca e Sviluppo, al quale trasmette le richieste e le necessità che provengono da Oltralpe, e con l'Ufficio Credito Clienti, col quale concorda condizioni di fornitura ottimali per ciascun cliente.

Al di fuori del lavoro ama l'arte contemporanea e la musica piuttosto raffinata e di gusto non comune. Così approfitta dei viaggi all'estero per andare alla ricerca di CD particolari. I suoi sport preferiti sono lo sci durante l'inverno e la bicicletta nelle stagioni più miti. Si vanta di affrontare e superare sfide quasi da Giro d'Italia. Non disdegna però la vacanza rilassante in riva al mare, quando riesce a ritagliarsi un po' di tempo libero da dedicare a se stesso.

Margherita Pedrotti

29 anni, è laureata in Lingue e Letterature Straniere e collabora con Alphacan da tre anni. I suoi studi, di carattere umanistico, le hanno permesso di comunicare con facilità e di instaurare quindi immediatamente ottimi rapporti con la clientela. Un po' più difficile è stato l'approccio a questioni meramente commerciali, ma la voglia di imparare e l'impegno sul lavoro non le sono mancati, apprendendo "sul campo" le nozioni necessarie allo svolgimento del suo ruolo. Affianca Mirko Anesi nel lavoro quotidiano come assistente all'export, occupandosi, quindi, della gestione della corrispondenza con i clienti, degli ordini speciali e di tutte le richieste espresse dalla clientela. Collabora quotidianamente con quasi tutti i dipartimenti interni e segue, in qualità di interprete, alcune certificazioni straniere (BSI per il Regno Unito e AENOR per la Spagna), accompagnando l'ispettore durante gli abituali audit.

Nel tempo che le rimane a disposizione dopo la giornata di lavoro tenta di infilare più attività possibili, dall'incontrare familiari ed amici alla cura della casa, dai lavoretti manuali creativi al volontariato, dallo sport alle gite all'aria aperta, cercando anche di dedicare qualche momento alla lettura.

Alberta Tamburini

33 anni, lavora in Alphacan da 14 anni ed ha superato per due volte la famosa "crisi del settimo anno". Si è già presentata ne *Il Nodo N° 4*, nella rubrica dedicata all'Ufficio Logistico di Arco. È giusto però riservarle uno spazio anche in quest'occasione, perché collabora al 100% con l'Ufficio Commerciale Export. È una figura fondamentale, soprattutto per l'esperienza maturata nei suoi anni di lavoro in Alphacan. Il suo lavoro si snoda dalla digitazione degli ordini provenienti dal mercato estero, al colloquio giornaliero con i clienti per problematiche interenti ordini/consegne, all'evasione degli ordini ed all'emissione dei documenti necessari all'esportazione. A completamento di ciò è sempre più spesso coinvolta nelle pratiche inerenti le dogane e la gestione delle pratiche intracomunitarie.

Nel tempo libero ama dedicarsi alla lettura, a piccoli lavori di "fai da te" ed allo sport, in particolare modo la palestra e la corsa, approfittando dello scenario magnifico del Lago di Garda.



L'ESPERIENZA DI UN AREA MANAGER



Fulvio Maranzana

Mi chiamo Fulvio, ho 48 anni e vivo con la mia famiglia in Piemonte, ad Asti, piccola città di antiche origini, ricca di suggestivi palazzi medioevali.

Le case, con la loro storia e la loro evoluzione nelle diverse realtà nazionali e regionali, hanno sempre esercitato un grande fascino su di me. In parte avrà sicuramente contribuito la mia storia personale: sino alle scuole medie ho vissuto in Svizzera circondato da chalets con tetti aguzzi e finestre ornate di gerani. Tornato in Italia dai nonni, ho scoperto l'architettura semplice ed accogliente delle cascine piemontesi di inizio '900. La mia passione per i viaggi, infine, mi ha portato a confrontarmi con scenari diversissimi: dalle torri di Kuala Lumpur ai tetti di paglia di Santo Domingo, passando attraverso il fastoso barocco spagnolo.

Per quanto attiene alla professione invece, il mio amore per l'edilizia è nato agli inizi dei lontani anni '80, quando mi affacciai per la prima volta sul mondo del lavoro dopo aver conseguito il diploma di geometra ed aver assolto agli obblighi del servizio militare, che ho avuto l'onore di prestare nel Corpo Paracadutisti della Folgore.

Ho iniziato come tecnico commerciale per un'importante azienda francese pro-

Fulvio Maranzana chiude la serie di "racconti" a indirizzo commerciale ospitati da *Spazio Aperto*, presentando le sue esperienze professionali e tratteggiando una panoramica del mercato dei serramenti in PVC in prospettiva futura.

dottrice di ponteggi ed attrezzature di alta gamma per cantieri. Verso la metà degli anni '80 mi sono avvicinato per la prima volta alla serramentistica come funzionario commerciale della filiale italiana di una nota azienda francese, leader nella produzione di sistemi per serramenti in alluminio. Desideroso, tuttavia, di seguire le evoluzioni del mercato, che all'estero si orientava già verso materiali più innovativi, agli inizi degli anni '90 sono entrato a far parte di un'azienda operante nel campo dei profili per serramenti in PVC in qualità di area manager per una parte del Nord Italia.

Sono trascorsi soltanto pochi anni e ho fatto la conoscenza di Marco Santoni, direttore commerciale Alphacan. L'entusiasmo nei confronti dell'azienda è stato immediato e nel 1991 sono entrato a far parte del team commerciale, in qualità di area manager per il Nord-Ovest dell'Italia.

Grazie al fatto di essere perfettamente bilingue per quanto riguarda il francese, ho collaborato frequentemente, negli scorsi anni, anche con l'ufficio estero per iniziative tecniche e commerciali sui mercati francofoni che, per quanto concerne il PVC, sono notevolmente più sviluppati del nostro. L'osservazione e lo studio di questi mercati evoluti, dove il PVC supera largamente la quota del 50%, è per noi estremamente utile perché rappresenta lo scenario che qui si proporrà fra dieci o quindici anni. Grazie a questa collaborazione ho potuto attingere a nuove conoscenze ed accumulare esperienze che ho poi avuto la possibilità di sfruttare sul

mercato della zona di mia competenza, il Nord-Ovest e, fino a qualche anno fa, anche la Sardegna.

Proprio in considerazione di queste evoluzioni e sulla base di tali nozioni Alphacan ha elaborato strategie tali da permettere ai nostri clienti assemblatori di crescere e di svilupparsi in modo da adeguarsi al mutamento progressivo del mercato. Già oggi per far fronte alle sollecitazioni del mercato si richiede alle aziende produttrici una competitività sempre maggiore: qualità, velocità, prezzo, prodotto, flessibilità.

Non necessariamente in quest'ordine, sono però sicuramente questi i fattori chiave per essere presenti e con successo. Sarà solo, quindi, con un impegno globale che i produttori di serramenti in PVC potranno presentarsi puntuali a questo importante appuntamento con la competitività: investendo in tecnologia, in macchinari maggiormente performanti, in programmi più avanzati, in strategie commerciali più mirate.

Anche la tipologia di clientela che si rivolge all'assemblatore sta cambiando, esattamente come è successo nell'Europa Centrale alcuni anni fa. Mentre fino ad oggi il cliente era l'utente finale, ora sta diventando sempre più importante il rivenditore, che sta occupando capillarmente il territorio con le sue show room, ottimizzate per offrire all'utente finale un ampio ventaglio di proposte. È evidente che l'assemblatore deve tenere conto di questo nuovo teatro ai fini della sua crescita e del suo sviluppo, adeguando quindi la sua struttura produttiva e commerciale alle nuove esigenze.

Dovrà di conseguenza essere in grado di produrre a prezzi più competitivi aumentando la quantità prodotta, in modo da ripartire i costi su un maggior numero di pezzi e diminuire l'incidenza dei costi della manodopera. Non tutti gli imprenditori sono pronti a fare questo passo, che richiede un notevole impegno economico ed organizzativo, ma fra qualche tempo

per rimanere sul mercato non potranno esimersi dal fare delle scelte.

La quantità di PVC richiesta nel Nord-Ovest è in costante aumento, pur non essendo sostanzialmente cambiato il numero di aziende produttrici. Tutto questo significa che gli assemblatori hanno aumentato la loro produzione ma, dai dati di cui siamo in possesso, non tanto da coprire la quantità richiesta.

Negli ultimi anni il numero dei rivenditori è cresciuto in modo esponenziale, ma i loro fornitori raramente sono situati nel Nord-Ovest: provengono principalmente dal Sud, dal Nord-Est e dall'Austria. Da queste osservazioni si evince che le aziende produttrici dell'area nord-occidentale non sono ancora strutturate per affrontare la nuova configurazione del mercato anche se, ad onor del vero, alcune sono sulla buona strada. La spiegazione di questo ritardo sta nel fatto che nelle altre regioni il PVC si è diffuso prima a causa dell'emigrazione di ritorno dai Paesi del Nord, dove questo materiale era già largamente diffuso, ma anche nel carattere tradizionalista degli abitanti del Nord-Ovest, in cui il materiale dominante è il legno.

Le previsioni di sviluppo del PVC in quest'area per i prossimi anni sono più che ottimistiche, allineate, del resto, con quelle di tutta l'Italia. Si prevede il raddoppio della richiesta di PVC fra circa cinque anni, grazie anche all'entrata in vigore della normativa europea sulla marcatura CE obbligatoria sulle finestre, che dovrebbe mettere fuori dal mercato materiali dal basso costo ma senza le caratteristiche di isolamento termico ed acustico richieste dalla legge, caratteristiche di cui il nostro PVC è invece ben fornito!

I nostri partners, che ci hanno accompagnato in tanti anni di cammino, ricco di soddisfazioni anche se non sempre facile, devono essere pronti a cogliere le opportunità che si presenteranno. Alphacan lo è e si ripropone come partner a tutti i suoi clienti, con tutta la forza della sua esperienza e delle sue conoscenze.

Il PVC nel recupero edilizio RISULTATI SORPRENDENTI E VANTAGGI REALI

Una testimonianza dal Piemonte: intervista all'architetto Maurizio Lazzarini

di Fulvio Maranzana



Maurizio Lazzarini

Nel suo studio in un attico del centro storico di Alessandria, ci riceve l'architetto Maurizio Lazzarini, 49 anni, noto professionista che da oltre 20 anni pratica con successo la libera professione nel Monferrato, tra Alessandria e Asti.

Obiettivo della nostra visita è conoscere il suo punto di vista sull'utilizzo dei serramenti in PVC, in quanto l'attività del suo studio non si limita alla progettazione di nuovi edifici ma si estende anche e soprattutto al recupero di realtà urbane preesistenti ed al restauro di edifici antichi. Ultimo esempio uno stabile rurale composto da stalla con sovrastanti fienile e granaio trasformato in un lussuoso ristorante con Bed & Breakfast, dove l'accostamento di soluzioni moderne alle strutture antiche già esistenti, eseguito con maestria e buon gusto, dona all'insieme un insolito fascino che esalta l'architettura contadina dell'Astigiano. L'architetto Lazzarini ci può fornire un parere sulle possibili diverse applicazioni del PVC.



all'assenza totale di manutenzione e all'eleganza estetica ne fanno un prodotto assolutamente unico e particolarmente adatto ai tempi moderni. Oggigiorno infatti non è pensabile tralasciare l'importanza sia ecologica che economica di gestire al meglio il riscaldamento, così come la necessità di offrire soluzioni abitative con la minor manutenzione possibile nel tempo e con il massimo confort possibile.

- **Come è venuto a conoscenza dei serramenti in PVC?**

Diversi anni fa, durante i miei soggiorni in Europa Centrale, mi accorsi che le finestre degli alberghi dove alloggiavo ed anche di altri edifici abitativi erano in questo materiale, che non avevo ancora visto utilizzato da noi in Italia. Ricordo che a colpirmi in prima battuta fu l'eccezionale coibenza acustica garantita dai serramenti così realizzati. Incuriosito, cercai di approfondire queste mie prime impressioni, arrivando a notare che già negli anni '80 il PVC era un materiale usatissimo in quasi tutti i settori dell'edilizia, mentre in Italia le sue applicazioni in questo campo erano praticamente quasi sconosciute.

- **Quale è stata la sua valutazione su questo materiale?**

Naturalmente non potevo esimersi dall'approfondire le mie conoscenze sul PVC e quindi mi sono documentato: ho acquistato riviste che mi fornissero alcune prime indicazioni e mi sono recato al SAIEDUE, dove ho raccolto svariati cataloghi ed ho preso contatto con alcune case produttrici, le quali hanno provveduto a completare le mie informazioni. Infine, alla prima occasione utile, ho voluto provarlo "sul campo", utilizzandolo in una ristrutturazione che stavo iniziando. I risultati, devo dire, sono stati sorprendenti: le promesse lette sui dépliant erano state mantenute!

I vantaggi sono reali: l'isolamento eccezionale, sia termico che acustico, unito

- **Secondo Lei come si colloca il PVC nel panorama dei serramenti e quale è la tendenza attuale?**

Le prime volte che usavo il PVC gli utenti guardavano un po' scettici a questo prodotto di cui ignoravano l'esistenza, salvo poi esserne conquistati dal suo confort. Oggi quasi tutti conoscono il prodotto e sanno, quando acquistano una casa, che ne costituisce un valore aggiunto. Purtroppo i fabbricanti di serramenti in altri materiali tendono a fornire una sorta di disinformazione, diffondendo voci negative sulla salubrità del PVC oppure sulle sue caratteristiche tecniche. Infatti, anche fra i miei colleghi sono ancora pochi coloro che hanno una conoscenza corretta del prodotto e che lo propongono senza pregiudizi. Attualmente si sta tuttavia facendo largo la tendenza ad utilizzare maggiormente il PVC, soprattutto con l'armonizzazione delle normative europee.

- **Pensa che le nuove normative potranno favorire a breve termine l'utilizzo del PVC?**

Le nuove norme europee, che come tutti sappiamo entreranno in vigore prossimamente, si prevede spazzino via, una volta recepite anche in Italia, quei prodotti che attualmente si prestano maggiormente alle speculazioni dei costruttori per il loro basso costo d'acquisto iniziale, ma assolutamente antieconomici nel prosieguo. In questo contesto il PVC è infatti inconfutabilmente il materiale più idoneo, riunendo in sé doti di isolamento termico ed acustico, di tenuta all'aria, all'acqua e al vento, di economia nella manutenzione e di ecologia. Inoltre, last but not least come direbbero gli inglesi, la sua produzione necessita di pochissima energia ed il PVC è un materiale totalmente riciclabile.