

La risposta alle sfide del mercato si appoggia ai valori che hanno affermato il brand dell'azienda: ricerca e qualità. Su questi pilastri, F.Ili Giacomello ha costruito la propria visibilità sui mercati e oggi lavora per allargarla a tutto il mondo.

Ne parliamo con Daniele Giacomelli, general manager dell'azienda

di Francesco Marri

La qualità alza il livello

Superata nel 2010 la soglia dei venticinque anni di attività, F.Ili Giacomello prosegue il suo cammino imprenditoriale tenendo ben fermi i propri riferimenti di fondo, la ricerca e il costante miglioramento della qualità. Nata nel 1985 come ditta a conduzione familiare, con l'idea di poter offrire qualità e originalità al mercato degli indicatori di livello, la produzione dell'azienda di Rho (Mi) era cominciata con la semplice osservazione di quello che era presente sul mercato e con l'obiettivo di arrivare a

personalizzare ciò che era già esistente e brevettare i propri prodotti di punta. Oggi, l'azienda concentra le proprie energie sulla ricerca e sulla qualità, investendo in nuovi prodotti che possano ampliare l'offerta per i clienti italiani ed esteri, attraverso un pacchetto sempre più completo e competitivo.

Mercati senza confini

“È importante analizzare la richiesta e l'offerta del mercato globale, in modo da sapere offrire sempre la risposta giusta al momento giusto”. La prospettiva



offerta da Daniele Giacomello, general manager di F.lli Giacomello, è aperta a tutti i mercati, senza confini di lingua ma con singole specificità che possono offrire opportunità da cogliere. "Per quella che è la nostra visione dei mercati italiano e mondiale - continua -, le situazioni sono simili, ma segnate da alcune differenze. Il mercato italiano attuale è sicuramente caratterizzato da una visuale molto limitata nel tempo. Gli ordini sono sul venduto e non esiste una programmazione. Questo sicuramente influisce sulla nostra organizzazione produttiva. L'economia italiana non è tra le più stabili in questo momento, come molte altre nel mondo, e questo disequilibrio genera uno stato d'ansia che si ripercuote sulle aziende, limitandole negli investimenti e costringendole a modificare mensilmente il proprio atteggiamento in base all'andamento del mercato". Ciò che differenzia il mercato mondiale da quello italiano è essenzialmente la capacità di avere una visione dell'economia più lungimirante.

"In questi ultimi anni - osserva ancora Daniele Giacomello -, nonostante le difficoltà, i nostri clienti internazionali hanno cercato nuovi sbocchi e nuove applicazioni per ampliare la propria visuale e la propria presenza sui mercati. Per quanto riguarda la nostra azienda, riteniamo che una visione cauta, ma positiva, si tramuti in un piccolo ma costante miglioramento produttivo e innovativo".

Naturalmente, in un mondo a due velocità, i mercati da tenere sotto controllo sono quelli relativi ai Paesi di nuova industrializzazione, con la presenza dei Paesi emergenti che si fa pressante. "Ma sotto questo profilo riteniamo però, almeno per ciò che ci riguarda, che non abbiano ancora

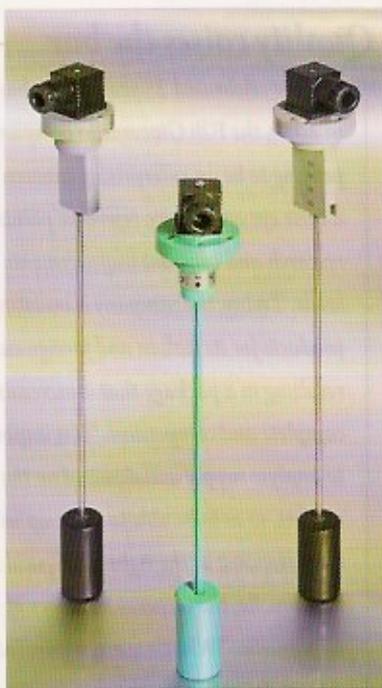
un valore aggiunto rispetto alla nostra produzione - sottolinea il general manager di F.lli Giacomello -. Guardiamo peraltro con interesse ai Paesi dell'Est, dove Turchia, Russia e Cina stanno diventando un punto di riferimento nel settore dello sviluppo, perché pensiamo che ogni mercato possa portare alla ricerca di nuovi clienti e di nuove applicazioni per i nostri prodotti. Allo stesso tempo, cerchiamo di curare allo stesso modo le piccole e le grandi aziende che ci contattano e crediamo che il nostro organico abbia le capacità necessarie per soddisfare ancora molti nuovi clienti senza pregiudicare la qualità nei rapporti e quella dei prodotti".

La visibilità passa da Internet

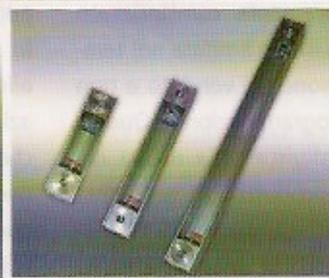
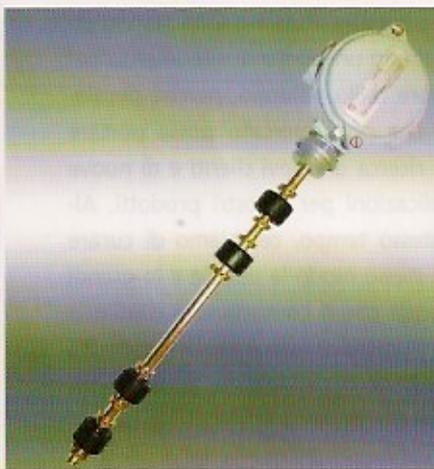
Un orizzonte così ampio aumenta l'importanza di riuscire a stare al passo con i tempi, da ciascun punto di vista. "Negli ultimi anni il mercato è cambiato molto - riconosce Giacomello -, sia sotto il profilo produttivo che di marketing, ma senza abbandonare del tutto i 'vecchi' sistemi adottati fino ad ora. Le innovazioni e le ricerche a livello mondiale sono sempre più semplici ed immediate e hanno fatto sì che il nostro modo di comunicare e interagire dovesse mutare per non rimanere indietro. Internet e il mercato globale sono un'opportunità troppo grande per non cercare di sfruttarla al massimo, mostrando le proprie doti qualitative e di know-how". L'approccio è quindi sempre più informatizzato e volto a dare una visibilità della produzione completa e immediata. "La nostra azienda dà molta importanza al web. Crediamo che debba diventare uno strumento non solo di ricerca ma di lavoro. In tre anni abbiamo realizzato due siti Internet, migliorandone la rapidità di navigazione, l'immediatezza

Quality raises the bar

Having celebrated 25 years in the business in 2010, the F.lli Giacomello company is still proving to be an enterprising concern by keeping a close eye on its basic reference points, namely research and constant improvements in quality levels. Today, the company is investing in new products for its Italian and foreign customers, resulting in a package that is increasingly more complete and competitive. "It is important to analyse supply and demand on the global market, so as to be able to come up with the right response at the right time", said Daniele Giacomello, the General Manager of F.lli Giacomello. "What's more, we are looking with a great deal of interest at eastern countries, where Turkey, Russia and China are becoming a point of reference within the development industry, because we think that every market can lead to the search for new customers and new applications for our products. At the same time, we try to satisfy both the small- and large-sized companies that contact and we believe that our organisation has the skills that are needed to meet the requirements of more and more new customers without prejudicing the quality of our relationships and products". Solving a customer's production-based problem, studying a solution and a particular design together becomes an added value over time that enriches the patrimony of the company. "Our customers trust our skills and our flexibility, they know that what appears in the catalogue is part of our production, but they also know that as they are dealing with the actual manufactures almost everything can be modified and adapted to suit individual requirements. From this point of view, our products are among the most flexible there are on the market and this is why our customers reward us with their trust and an ongoing relationship".



Rapid Level, i livellorati brevettati, e (sotto) gli indicatori di livello a immersione certificati Atex.



I flessimetri e i flessostati con filettature gas (sopra), e livelli visivi mgnon, con connessioni M10 o M12.

za di ricerca e la qualità dei contenuti. Abbiamo puntato molto sulla comunicazione, investendo nel web e sulle riviste specializzate. Crediamo che far conoscere i propri prodotti sia al primo posto dopo la qualità produttiva per la buona riuscita di una azienda. Un marchio riconoscibile e riconosciuto sui mercati è sinonimo di un buon lavoro di marketing e F.lli Giacomello si avvale di un ufficio stampa perché crede fermamente che qualità sia investire in ciò che si fa in modo professionale e costante. A fine anno istituiremo un servizio di mailing-list rivisto e perfezionato, attraverso il quale i nostri clienti potranno essere aggiornati mensilmente su tutte le nostre novità". Nei primi mesi del 2012 uscirà il nuovo catalogo che includerà il 50% in più di prodotti rispetto al precedente e tutte le schede aggiornate. "Verrà inviato in modo nominale a tutti i nostri clienti - dice Giacomello -, in modo che possano avere sempre a disposizione un supporto cartaceo, complementare a quello informatico. Sono iniziative che si allineano al lavoro che abbiamo fat-

to negli ultimi anni per seguire i nostri clienti nel modo più efficiente possibile, ascoltando le loro richieste, le loro problematiche, le loro esigenze".

La flessibilità del produttore

Per F.lli Giacomello la nozione di prodotto standard non si allinea efficacemente alla filosofia dell'azienda milanese. "I nostri prodotti sono tra i più flessibili sul mercato e per questo i nostri clienti ci premiano con un rapporto di fiducia e continuità", dice con soddisfazione il general manager della società. "Per F.lli Giacomello è fondamentale studiare prodotti che si possano sposare con le esigenze di più clienti, prodotti che racchiudano caratteristiche di adattabilità e modularità che li renderanno duraturi nel tempo e customizzabili per più clienti". Risolvere un problema produttivo di un cliente, studiare insieme una soluzione e una progettazione particolare diventa nel tempo valore aggiunto che arricchisce il patrimonio dell'azienda. "Il cliente si fida della nostra competenza e della nostra

flessibilità, sa che quello che trova sul catalogo è una parte della nostra produzione, ma sa anche che quando si è produttori, quasi tutto diventa modificabile e adattabile alle singole esigenze", dice Giacomello.

E questo è uno dei motivi più importanti che frenano la spinta alla delocalizzazione della produzione. "Da parte nostra, siamo convinti che la delocalizzazione, dovrebbe avere come unico obiettivo la ricerca di nuovi mercati e una maggiore vicinanza agli interlocutori con i quali si vuole avere un contatto".

Oggi, F.lli Giacomello ha sotto diretto controllo l'intera gamma produttiva, dalla progettazione, alla produzione, al collaudo e alla spedizione. "I vari reparti collaborano tra loro cercando di ottimizzare le forze e indirizzarle dove richiesto dalla produzione. Questo non sarebbe possibile - conclude Daniele Giacomello - con una delocalizzazione volta solo a diminuire i costi per un maggior profitto e rappresenta un grande valore aggiunto per un'azienda come la nostra".