



# QUANDO IL TIMONE È SALDO

**Sergio Casarino è il Direttore Vendite Italia di Caleffi SpA. A lui, abbiamo chiesto di conoscere le ultime novità aziendali rispetto alla chiusura del 2009 ed agli inizi del 2010, e come l'azienda sta lavorando con la filiera distributiva in un contesto di mercato non certo facile. Ecco il suo intervento...**



**Ingegnere Sergio Casarino, direttore vendite Italia di Caleffi SpA**

La crisi, che in maniera tangibile ha interessato l'edilizia residenziale e, di conseguenza, il mercato dell'ITS a partire dal 2008, è purtroppo nel suo pieno sviluppo. Anche se si cercano spiragli di luce dalla seconda metà di quest'anno, la realtà è che nessuno è più certo di quando e soprattutto quale entità avrà l'eventuale ripresa. Nel 2009 la contrazione dei volumi del mercato è stata aggravata dalla riduzione dei prezzi non solo causata dal trend delle principali materie prime, ma anche, ed in maniera più grave, da un'incontrollata battaglia sui prezzi che ha interessato produttori e distributori causando un'ulteriore diminuzione dei fatturati e una riduzione dei margini di contribuzione. Inoltre nella battaglia quotidiana sono saltate le politiche commerciali e, spesso, anche il rispetto della filiera (laddove la strategia aziendale si appoggia alla distribuzione), aumentando così la tensione e la confusione nel mercato. Se aggiungiamo a tutto ciò il diffuso problema di mancanza di liquidità nella filiera stessa, ecco che abbiamo il quadro completo. Caleffi ha affrontato questa crisi cercando di non farsi travolgere dal nervosismo dilagante, ma di consolidare quelle caratteristiche che l'hanno contraddistinta nel mercato negli ultimi vent'anni. Ovviamente si è dovuta adattare alle nuove esigenze dei propri clienti che nel 2009 hanno cercato innanzitutto di ridurre il livello medio di stock cercando di migliorare velocemente la propria esposizione finanziaria. Il tentativo di mantenere bassi livelli di magazzino ha incrementato la richiesta per un più dinamico servizio, in termini di numero di spedizioni mensili (anche raddoppiato) e di tempestività di evasione dell'ordine dal momento della sua ricezione. Caleffi, già forte nella logistica in uscita per il servizio al cliente, ha recentemente avviato un magazzino verticale automatico che aumenterà l'efficienza nel prelievo e, quindi, nella spedizione. L'investimento era stato approvato in tempi lontani dalla crisi con la volontà di essere sempre all'avanguardia nel servizio al cliente. In un contesto di prossimo futuro, in cui la distribuzione sarà sempre più oculata nella gestione dei magazzini, Caleffi si troverà in una posizione di sicuro vantaggio in virtù degli investimenti effettuati. Commercialmente Caleffi ha mantenuto la propria identità rispettando sempre la filiera, per l'azienda 'il cliente' è 'il grossista ITS'. Non siamo stati tentati dal 'rastrellamento del cantiere a tutti i costi' ma abbiamo sempre cercato di essere vincenti, insieme al nostro cliente, anche a costo di penalizzare il nostro margine di contribuzione. In tutto il 2009 e nei piani del 2010 abbiamo cercato di mantenere una politica di prezzi il meno nervosa possibile per evitare confusioni da parte dei nostri clienti, che negli ultimi mesi sono sempre più timorosi di non riuscire a comprare al momento giusto ai prezzi giusti. Sostanzialmente abbiamo cercato di mantenere salde le strategie commerciali, che hanno fatto di Caleffi un'azienda di successo, anche in un momento di crisi molto particolare, modificandole laddove era necessario per andare incontro alle maggiori difficoltà riscontrate dai distributori. Nel 2010 ci aspettiamo il manifestarsi evidente delle conseguenze della crisi. Siamo però anche fiduciosi in un secondo semestre più vivace, aiutato da leggi regionali sul piano casa e dalla conferma degli incentivi relativi al risparmio energetico. L'attenzione sempre maggiore al risparmio energetico aiuterà sicuramente non solo a migliorare le condizioni di vita di tutti, ma a sviluppare un mercato degli impianti con energie rinnovabili che aprirà nuove opportunità per produttori e distributori. Questa situazione è già in parte confermata nel mercato del solare termico e della contabilizzazione del calore. In prospettiva, il geotermico e gli impianti a biomassa porteranno nuove opportunità per tutti. Con attenzione particolare a questi mercati emergenti, Caleffi, che due anni fa ha inaugurato il Cuborosso, laboratorio di ricerca aziendale, ha sperimentato e successivamente sviluppato nuovi prodotti, che presenterà a MCE. Il Cuborosso rappresenta per l'azienda una sfida al mercato, soprattutto in questo periodo di recessione-stallo: al suo interno vengono condotti studi e sperimentazioni sia su componentistica esistente che di primissima concezione, su nuove tecnologie e materiali, con lo scopo di mantenere l'azienda all'avanguardia nello sviluppo di nuovi prodotti certificati con marchio di qualità.



**Cuborosso: l'innovazione è crescita di prodotto e di cultura aziendale. Cuborosso, il nuovo centro ricerche, è il cuore vermiglio dello studio e della sperimentazione su prodotti esistenti e di nuovissima concezione**



**Stabilimento: inseriti nel contesto del quartier generale di Caleffi S.p.A. di Fontaneto d'Agogna (NO) sono ben visibili sia il Cuborosso che il MAV**

