



La ferramenta, da oltre 40 anni



Maria Nunzia Vitale, responsabile acquisti e brand privati di Fratelli Vitale, ci racconta le ultime novità dell'azienda con sede a Mirabella Eclano (AV), che negli ultimi anni ha puntato sempre più sul rapporto con la clientela e sullo sviluppo dei brand Utilia, Confine, Globex e Tata Linda.

Il Centro Sud è, da sempre, territorio dei grossisti di ferramenta: sono tante le aziende che negli anni hanno saputo sviluppare grossi fatturati ed espandersi anche fuori dalla regione di appartenenza. **Fratelli Vitale** è, da 40 anni, uno dei protagonisti nel settore: per conoscere meglio l'azienda abbiamo intervistato Maria Nunzia Vitale, figlia del fondatore Gioacchino e attuale responsabile acquisti e brand privati.

F&C: Fratelli Vitale è una delle realtà più importanti della distribuzione nel Centro Sud. Qual è la storia della vostra azienda?

Maria Nunzia Vitale: Fratelli Vitale vanta più di 40 anni di storia come grossista di ferramenta, anche se già i miei nonni e bisnonni si occupavano della vendita di prodotti di ferramenta e rame: possiamo ben dire che questo settore fa parte del nostro DNA da oltre un secolo.

È proprio la famiglia la nostra forza e ne è prova il fatto che sia io, sia i miei fratelli, abbiamo deciso di portare avanti ciò che nostro padre, fondatore dell'azienda, ha sognato e realizzato. Lui è il nostro mentore e ci supporta ogni giorno in questa grande avventura; insieme lavoriamo per individuare le nostre strategie aziendali, affiancati da uno staff che è parte integrante della nostra famiglia. Nello specifico ognuno di noi riveste un ruolo ben preciso: io mi occupo degli acquisti e dei nostri brand Utilia, Confine, Globex e Tata Linda; mio fratello Pierfrancesco, invece, della logistica, il cuore pulsante dell'azienda; mia sorella Giuliana, infine, si occupa dell'amministrazione e della gestione del credito, l'area più sensibile dell'organizzazione.

Siamo una realtà consolidata sul territorio, con una penetrazione maggiore nelle aree del centro-sud, isole comprese, ma prevediamo di espanderci anche nel resto



LA FAMIGLIA VITALE: DA SINISTRA, MARIA NUNZIA (RESPONSABILE ACQUISTI E BRAND PRIVATI), GIOACCHINO (TITOLARE), GIULIANA (AMMINISTRAZIONE E GESTIONE DEL CREDITO), PIERFRANCESCO (LOGISTICA).

della penisola, dove attualmente serviamo dei gruppi di acquisto interessati soprattutto ai nostri brand.

In un mercato competitivo come il nostro, dove le criticità sono molteplici, i punti di forza della Fratelli Vitale sono da sempre la sinergia tra lo staff interno e gli agenti e il costante investimento nell'innovazione. Attualmente abbiamo vari progetti in atto, quello più avvincente è sicuramente la Digital Transformation, con l'obiettivo di fidelizzare i clienti offrendo un servizio sempre più Customer Centric.

F&C: La forza di un grossista è strettamente legata al rapporto di fiducia che si instaura con il cliente negoziante: cosa spinge i vostri clienti a scegliere Fratelli Vitale?

Maria Nunzia Vitale: In un periodo storico in cui si parla di digitale, intelligenza artificiale e dove i social hanno preso il sopravvento sui rapporti interpersonali, abbiamo deciso di andare contro corrente, puntando su un rapporto "human to human" con il cliente, affiancandolo nella sua attività e considerandolo un vero e proprio partner. Il nostro obiettivo non è la mera vendita, ma la costruzione di un rapporto duraturo nel tempo basato sicuramente sulla fiducia.

Possiamo affermare che i nostri partner ci scelgono per la nostra affidabilità e per il servizio. In un mercato che punta al prezzo, noi scegliamo di proporci come

un'azienda competitiva, ma con grande attenzione al servizio e alla qualità.

Chi ci sceglie è consapevole di:

- scegliere tra un assortimento molto vasto in termini di referenze e profondità di gamma, con circa 40.000 codici a catalogo;
- avere a disposizione una consulenza mirata in base alle proprie esigenze pre e post vendita;
- fare affidamento su un magazzino all'avanguardia;
- usufruire del servizio di dropshipping;
- ricevere tutta la merce ordinata; la percentuale di evadibilità rasenta il 100% e la consegna avverrà in media nelle 12/24/48 h, con possibilità di seguire il tracking della spedizione.

F&C: Fratelli Vitale è nota anche per gli investimenti fatti sui marchi privati...

Maria Nunzia Vitale:

I nostri marchi sono il nostro orgoglio: sono sinonimo di affidabilità, qualità e competitività sul mercato. Le radici dei nostri quattro brand risalgono agli inizi degli anni Ottanta, quando mio padre è andato in Asia per la prima volta e ha percepito le potenzialità di questo mercato. Qualche anno più tardi ha deciso di intraprendere una nuova

avventura e creare un marchio privato che si distinguesse dagli altri prodotti di importazione presenti sul mercato.

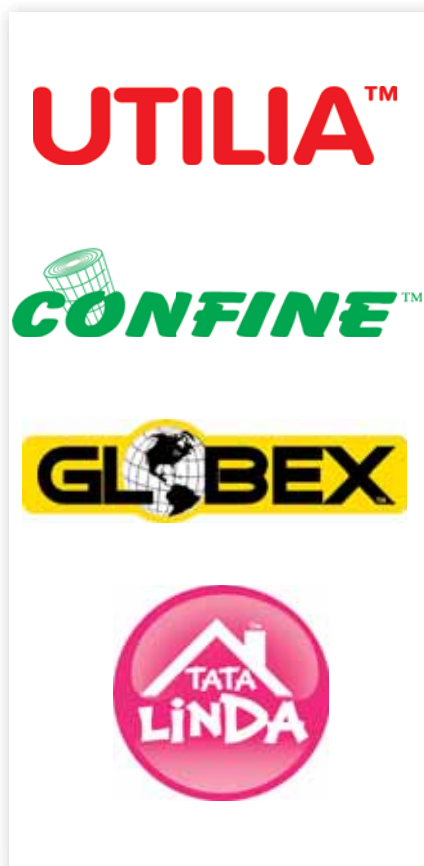
È così che è nato Utilia, brand che da anni è conosciuto e riconosciuto per il suo rapporto qualità-prezzo. In seguito è stato affiancato da Confine, Globex e Tata Linda.

Il valore dei nostri marchi è racchiuso nello studio a monte basato sull'analisi del mercato, sulle richieste provenienti dai nostri clienti, sulla ricerca dei fornitori più affidabili e sull'attenta valutazione di ogni singolo prodotto. Siamo in contatto diretto con tutte le fabbriche che producono per noi; le visitiamo personalmente e seguiamo scrupolosamente tutto il processo produttivo, dando loro dei feedback per migliorare, laddove fosse necessario, in base alle richieste che spesso ci arrivano dai clienti stessi.

F&C: Come e quanto state lavorando per rafforzare l'identità dei vostri marchi?

Maria Nunzia Vitale: Lavorare sull'identità di un marchio è sempre un momento molto delicato, in quanto non è sempre facile comunicare e far percepire il suo valore, dandogli il giusto posizionamento. E' per questo che investiamo continuamente in formazione, pubblicità e comunicazione.





In seguito alle numerose richieste, abbiamo pubblicato la prima edizione del catalogo dedicato esclusivamente ai nostri brand, per il lancio del quale abbiamo ideato attività commerciali mirate, che non solo hanno entusiasmato i nostri partner più affezionati, ma hanno anche conquistato nuovi clienti.

Nell'ottica di rafforzare l'identità dei nostri prodotti è fondamentale il lavoro svolto dai buyer in collaborazione con l'ufficio grafica per la realizzazione del packaging. Quello che cerchiamo di fare è creare delle confezioni accattivanti che rendano i prodotti riconoscibili sul mercato e che allo stesso tempo evidenzino con chiarezza i dettagli tecnici, semplificando così la scelta del cliente finale. È gratificante constatare che i consumatori percepiscono e riconoscono il valore dei nostri prodotti, ricercandoli direttamente all'interno dei punti vendita o sul web. Per il 2020 abbiamo in programma tante novità e attività online e offline... rimanete sintonizzati!

F&C: Ci parli nello specifico dei singoli marchi...

Maria Nunzia Vitale: Ogni marchio è stato creato ad hoc per identificare una particolare famiglia di prodotti. UTILIA è il primo nato e risale al 1987; studiato e realizzato per indicare dei concetti quali "utile, indispensabile, funzionale", raggruppa tutti i prodotti di ferramenta, utensili manuali, raccordi, armadi porta fucili, casseforti ecc. CONFINE identifica recinzioni e reti in generale ed è da sempre riconosciuto per la qualità e la resistenza dei prodotti. TATA LINDA riunisce casalinghi e arredo da esterno sotto un unico marchio, portando con il suo rosa brillante un po' di vivacità nelle ferramenta.

GLOBEX è il marchio che negli ultimi tempi ci sta dando più soddisfazioni e contraddistingue prodotti elettrici, riscaldamento, compressori, generatori ecc. Per dar vita a questo marchio e garantire standard qualitativi costanti, in conformità alle direttive europee, abbiamo investito in una sala prove per testare i campioni prima dell'acquisto, avvalendoci della consulenza di un esperto esterno.

F&C: La forza vendite è sempre più fondamentale nel vostro lavoro. Quali sono le operazioni che svolgete in collaborazione con gli agenti?

Maria Nunzia Vitale: Come dicevo prima, è sempre più chiaro che il rapporto umano è un valore aggiunto irrinunciabile.

I nostri agenti sono parte integrante della nostra famiglia e rappresentano il nostro primo biglietto da visita. Riponiamo moltissima cura e attenzione nella selezione e nella loro successiva formazione. Si tratta di una collaborazione costante che ci permette di cogliere le criticità e le opportunità del mercato, gestendole con strategie centrate e vincenti. La loro insostituibilità è confermata ogni giorno dai nostri clienti che, pur utilizzando il nostro portale per la gestione degli ordini, si avvalgono costantemente della loro competenza e professionalità.

F&C: Negli ultimi anni l'e-commerce ha fortemente cambiato il mercato: il vostro sito B2B prevede in futuro un'apertura verso l'e-commerce?

Maria Nunzia Vitale: Crediamo fortemente nel nostro core business, pertanto siamo focalizzati nell'affiancare il rivenditore nella sua attività e - come partner - miriamo a semplificare e migliorare il suo lavoro. Il tutto si basa su una logica "win-win" che sfrutta le sinergie per ottenere risultati più soddisfacenti per entrambi. Attualmente stiamo lavorando per ottimizzare la nostra piattaforma digitale, per renderne più semplice e immediato l'utilizzo, restando in un'ottica B2B.



UNA FOTO STORICA DEGLI ANNI '60, DOVE LA FAMIGLIA VITALE GIÀ SI OCCUPAVA DELLA VENDITA DI PRODOTTI DI FERRAMENTA

www.fratellivitale.com



CI POTRAI GONFIARE DI TUTTO... O QUASI!

La sua forza sarà anche la tua!



 **FRATELLI
VITALE**

Tel. + 39 0825 449281
info@fratellivitale.com

WWW.FRATELLIVITALE.COM