

Incontro con il dottor **Matteo Sbarufatti**, direttore commerciale della **FRATELLI VITALE S.r.l.**

# Il "pacchetto anticrisi" dalla Fratelli Vitale



◀ **Giornalino Mondo Utilia**  
Edizione Primavera 2009



nostra clientela più affezionata. Pensi che abbiamo fatto nel 2008 più di 600 promozionali. Inoltre, è appena partito il tanto amato *Giornalino "Mondo Utilia"*, un vero e proprio "pacchetto anticrisi", nato dalle esigenze dei nostri clienti per affrontare al meglio il mercato attuale.

**Ci parli di questo Giornalino innovativo, come può aiutare il sell out di negozio ferramenta?**

**Matteo Sbarufatti** - "Il *Giornalino "Mondo Utilia"* è uno strumento ormai collaudato che garantisce ai nostri migliori clienti di acquistare e vendere per 2 mesi risparmiando e aiutando al meglio la rotazione del proprio magazzino. È uno strumento in continua evoluzione che va al passo con i tempi. Non è, infatti, da considerarsi una semplice raccolta di novità e condizioni interessanti. Come più volte ripeto ai nostri clienti, è un vero e proprio strumento di "incremento per le vendite". È un supporto vincente e flessibile, in grado di rispondere in modo mirato a tutte le richieste della clientela, anche di quella più esigente. A questo proposito, posso affermare con piacere e orgoglio che, sebbene sia uno strumento molto sfruttato dalla concorrenza, il nostro *Giornalino "Mondo Utilia"* acquisisce ogni volta nuovi rivenditori che si affidano alla nostra esperienza e professionalità: segno concreto del successo di questa attività."

**Quali sono i vantaggi del vostro Giornalino?**

**Matteo Sbarufatti** - "Con questa attività siamo in grado di offrire un prodotto

**Come sta affrontando questo periodo difficile la Fratelli Vitale?**

**Matteo Sbarufatti** - "Credo che l'economia sia ciclica ed in quanto tale ci siano momenti di crescita ed altri di crisi. Le aziende sono fortemente influenzate pertanto dall'evoluzione o involuzione del mercato. Credo ancora più fermamente, però, che le aziende riescano a sopravvivere, muoiano o si evolvano soprattutto grazie alle proprie capacità. In momenti difficili come quelli odierni, c'è da rimboccarsi le maniche e lavorare ancora più sodo per affrontare al meglio il mercato, ma è proprio in queste situazioni che le aziende più solide sono in grado di far fronte a nuovi inve-

stimenti per ritrovarsi ancora più forti sul mercato di domani. Oggi, infatti, noi stiamo investendo in nuovi importanti progetti ed attività nei quali crediamo fortemente e che, sicuramente, saranno apprezzati da tutti i nostri clienti e fornitori."

**Ci vuol dare qualche anticipazione di questi progetti?**

**Matteo Sbarufatti** - "Sono delle attività ancora in fase di definizione e al momento non posso anticipare nulla. Posso dirle invece che inseriamo ogni settimana tantissime novità di prodotto e che abbiamo in essere, inoltre, molte attività commerciali, di marketing e di "incentive" che promuoviamo presso la



Dottor Matteo Sbarufatti,  
direttore commerciale  
della FRATELLI VITALE S.r.l.

<b>Tiratura:</b>	oltre 700.000 copie
<b>Merceologie trattate:</b>	ferramenta, casalinghi, giardinaggio, edilizia, utensileria manuale ed elettrica
<b>Numero di prodotti:</b>	oltre 300
<b>Diffusione:</b>	Lazio, Campania, Puglia, Basilicata, Calabria, Sicilia, Sardegna

completo: in questa edizione specialmente abbiamo ampliato l'assortimento dei prodotti puntando su quelli a più alta rotazione (sia di marca, sia di importazione) e garantendo la totale disponibilità nel nostro magazzino dei prodotti presenti. Abbiamo realizzato inoltre offerte in esclusiva per chi aderirà, mantenendo le condizioni bloccate per tutta la durata della campagna e anche per i riordini.

**Qual è secondo lei il punto di forza di questa pubblicazione?**

**Matteo Sbarufatti** - "Personalmente credo molto in questa attività e soprattutto credo nella pubblicità che ne deriva per il punto vendita in seguito alla distribuzione nei propri comuni. Cerco sempre di trasmettere ai nostri rivenditori che il Giornalino è uno strumento che migliora la propria visibilità e le proprie vendite ed è per questo che lo sosteniamo commercialmente in vari modi. Attualmente i punti di forza sono sicuramente i prezzi scontati riservati ai rivenditori che aderiranno ed il prezzo al pubblico, particolarmente aggressivo, che attirerà il cliente finale presso il loro punto vendita."

**Da quanto tempo esiste il Giornalino "Mondo Utilia"?**

**Matteo Sbarufatti** - "Fratelli Vitale investe in queste attività da qualche anno e oggi siamo ormai il punto di riferimento per il mercato con tante offerte, novità e condizioni esclusive. La comunicazione, la formazione e la pubblicità ricoprono una parte importante del

nostro budget di spesa annuale e "Mondo Utilia" ne è un chiaro esempio. Quando presentiamo un nuovo Giornalino, i primi ad essere coinvolti sono infatti i nostri agenti che partecipano con grande interesse alla giornata di formazione e che, con grande entusiasmo e professionalità, trasmettono poi la loro consulenza al punto vendita".

**Quale riscontro riceve dai punti vendita che lo distribuiscono alla propria clientela?**

**Matteo Sbarufatti** - "Il feedback è sempre positivo e stimolante e ci garantisce la giusta continuità in questo tipo di attività per il futuro.

Oggi quello che più conta per la nostra clientela è sapere di poter contare su un partner commerciale serio e affidabile che sappia offrire loro soluzioni vincenti studiate ad hoc. In questi anni il ruolo del grossista sta cambiando notevolmente. I nostri clienti, infatti, ci chiedono continui sforzi per evadere i loro ordini con prezzi competitivi, consegne frequenti, consulenza mirata ed un assortimento sempre più ampio. In una parola ci chiedono il "Servizio".

E' per far fronte a queste esigenze che coinvolgiamo il cliente in ogni fase del Giornalino, rendendolo parte integrante dell'attività, ed è anche questo uno dei motivi per cui i nostri rivenditori attendono sempre con entusiasmo la nuova uscita".

**Su quali merceologie punta maggiormente in questa edizione 2009?**

**Matteo Sbarufatti** - "Tema del periodo è sicuramente il 'giardinaggio e arredo d'esterno', inteso ad ampio raggio, ma non solo. Ci sono ben 3 pagine dedicate ai "casalinghi", settore crescente e trainante in questo periodo. Il nostro interesse si sta allargando infatti anche al target femminile, perché oggi più che mai è la donna che gestisce gli acquisti in casa con molta ocularità. Presentiamo, inoltre, i settori ferramenta, edilizia e utensi-

leria elettrica, tutti prodotti di altissima rotazione, di marca e non, con prezzi in esclusiva per chi aderirà".

**E' inoltre in distribuzione il Catalogo novità 2009...**

**Matteo Sbarufatti** - "Proprio in questi giorni stiamo distribuendo ai nostri rivenditori l'integrazione 2009 al catalogo generale definito "l'enciclopedia della ferramenta". Non solo novità, ma una nuova grafica, contenuti e informazioni tecniche riviste e più esaustive. Una pubblicazione di oltre 100 pagine, che racchiude oltre 600 nuovi articoli inseriti nel 2008 e suddivisi in 9 settori; ferramenta e casalinghi, edilizia, colori e vernici, utensileria manuale ed elettrica, idraulica, giardinaggio, riscaldamento. Tante novità sia in campo hobbistico, sia professionale, con un indice analitico ricco e di facile consultazione. Inoltre, ogni prodotto nazionale ha accanto alla propria immagine grande e chiara il logo per aiutare nella lettura il rivenditore. In sostanza, si tratta di un aiuto professionale per i nostri clienti, sempre più esattivo e funzionale. Il catalogo novità 2009 è infatti oggi la vera testimonianza di un'offerta completa, diretta a soddisfare le esigenze dell'ampia clientela Fratelli Vitale.

**Come è iniziato questo 2009 per la Fratelli Vitale?**

**Matteo Sbarufatti** - "Posso confermare che il 2008 è stato un anno molto positivo con una crescita a due cifre; segno che stiamo proponendo ai nostri clienti qualcosa di diverso dalla concorrenza, nonostante la palese contrazione del mercato. Quest'anno vogliamo pertanto proseguire su questa strada: da un lato con la ricerca di nuovi rappresentanti del settore, seri professionisti che, come quelli attuali, ci aiutino a sviluppare il business, e dall'altro investendo sui nostri clienti, continuando a dare loro gli strumenti, il servizio e la fiducia necessaria per vincere le sfide quotidiane".