



INCONTRI

L'azienda conta 44 dipendenti in sede e 25 agenti e si sviluppa su una superficie di 50.000 mq.

# FRATELLI VITALE,

**Colloquio con Gioacchino Vitale, amministratore unico della società, e il dott. Matteo Sbarufatti, Direttore Commerciale, per conoscere gli obiettivi di un'azienda nata nella ferramenta che, oggi, guarda con interesse al comparto Giardinaggio**

**Ripercorriamo insieme la storia della Fratelli Vitale S.r.l.**

Gioacchino Vitale - *La Fratelli Vitale nasce nel 1978 a Mirabella Eclano, in provincia di Avellino, specializzandosi nella distribuzione all'ingrosso di Ferramenta, Giardinaggio e Agricoltura, Utensileria, Edilizia, Idraulica, Fai da te, Prodotti siderurgici, Casalinghi, Riscaldamento. La struttura si sviluppa su 50.000 mq. e con i nostri 44 dipendenti in sede e 25 agenti siamo presenti in tutto il centro sud, isole comprese.*

**Quale ritiene sia il maggior punto di for-**

**za della sua azienda?**

Gioacchino Vitale - *La conduzione familiare ci permette di gestire direttamente ogni fase del processo aziendale e attuare strategie mirate alle necessità del mercato. La mia famiglia, il Direttore Commerciale e gli agenti sono gli elementi portanti della squadra. Mia sorella, Assunta, segue la Direzione Amministrativa. Mio figlio, Pierfrancesco, è il Responsabile Acquisti Estero: compie ricerche mirate e visita gli stabilimenti dei potenziali fornitori per assicurare un processo produttivo conforme agli standard qualitativi e in linea con le norme vigenti.*

*Mia figlia, Dott.ssa Maria Nunzia, è la Responsabile Marketing. Segue tutti gli aspetti legali riguardanti la conformità dei prodotti alle normative europee e attualmente sta sviluppando progetti di penetrazione sul mercato per i nostri marchi, Utilita e Confine. Infine, il Direttore Commerciale, Dott. Matteo Sbarufatti, gestisce tutta la comunicazione pubblicitaria e coordina gli agenti sul territorio.*

**Quale realtà affronta oggi la sua azienda e quali leve utilizza per distinguersi?**

Matteo Sbarufatti - *Oggi il grossista può fare la differenza. Non è più solo fornitore, ma anche un consulente e rappresenta un supporto professionale e logistico. La Fratelli Vitale da 30 anni punta su professionalità e conoscenza del settore, costante aggiornamento dell'assortimento, sul servizio e una logistica in grado di rispondere alle esigenze dei clienti. L'impegno da parte nostra è quello di sostenere i nostri clienti, garantendo professionalità per pianificare insieme le strategie più adatte alle loro realtà.*



d.ssa Maria Nunzia Vitale,  
Responsabile Marketing



Pierfrancesco Vitale,  
Responsabile  
Acquisti Estero



Assunta Vitale,  
Direzione Amministrativa



dott. Matteo Sbarufatti,  
Direttore Commerciale

### Qual è il ruolo fondamentale svolto dal grossista nel vostro settore?

Matteo Sbarufatti - Oggi al grossista sono richieste dinamicità e professionalità. Noi investiamo costantemente in nuovi prodotti e tecnologie, nella logistica e nella qualità. Inoltre, le esigenze e gli spazi dei negozi al dettaglio cambiano di con-

agenti per coinvolgere emotivamente il consumatore, comprenderne e soddisfarne le esigenze in ogni fase pre e post vendita.

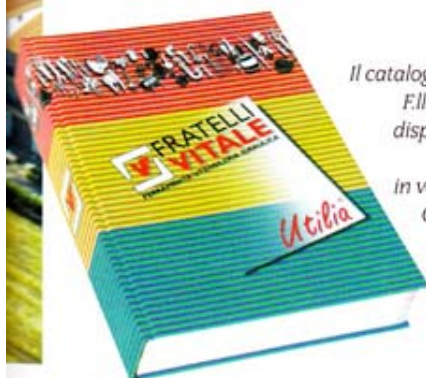
### Quali sono i vostri punti di forza ed i servizi offerti al vostro target?

Matteo Sbarufatti - Passione, professionalità, assortimento (circa 30.000 referenze), servizio e l'ambiente familiare che ci supporta in tutte le scelte. Inoltre, la garanzia e l'affidabilità di marchi prestigiosi e una linea di prodotti nostri, contraddistinti dai marchi Utilia e Confine, dei quali siamo molto orgogliosi. Infine, la disponibilità di mezzi di trasporto di nostra proprietà che, con il supporto di corrieri e padroncini, ci permette di garantire rapidità e dinamicità nelle consegne.

Matteo Sbarufatti - Puntiamo sui marchi più importanti del settore e sulle nostre linee Utilia, che identifica prevalentemente utensili manuali ed elettrici da giardino, arredamento da esterno, illuminazione, zanzariere, irrigazione, e Confine, che contraddistingue recinzioni, siepi artificiali, prati sintetici, reti ombreggianti, reti per olive ecc.

### Dal punto di vista commerciale quali sono gli strumenti con i quali sostenete la vostra clientela?

Matteo Sbarufatti - Proponiamo attività



Il catalogo della  
F.lli Vitale,  
disponibile  
anche  
in versione  
Cd Rom



Il giornalino  
Mondo Utilia  
ricco di offerte  
e novità

# il garden è la nuova sfida

tinuo, la nostra struttura garantisce l'evacuazione totale della merce in base alle esigenze dei clienti, senza appesantire i punti vendita con inutili scorte.

### Quale tipologia di clientela servite e quali sono i cambiamenti che state osservando nel mercato?

Matteo Sbarufatti - Ci rivolgiamo prevalentemente ai dettaglianti, assistendoli come consulenti e partner commerciali. I punti vendita stanno ampliando l'offerta e noi assicuriamo loro l'assortimento necessario con un ottimo rapporto qualità-prezzo. Inoltre, i tanti giovani che si stanno affacciando sul mercato possono contare sulla consulenza dei nostri

### State sviluppando il settore Garden. Quali sono le motivazioni alla base di questa strategia?

Matteo Sbarufatti - Questo settore sta vivendo un periodo felice: la cura di giardini e balconi fioriti sta diventando uno degli hobby preferiti dagli italiani e si stanno diffondendo piani regolatori cittadini che prevedono sempre più zone verdi dedicate. L'esperienza in settori affini ci ha portato a dedicare un progetto importante nello sviluppo del Garden. Abbiamo condotto studi dettagliati sul mercato e sul consumatore e siamo in grado di offrire ai nostri clienti un reale valore aggiunto.

### Su quali merceologie e quali marchi gardening puntate?

Marketing Oriented, tra cui il nostro catalogo, il giornalino e le promozionali. Il giornalino "Mondo Utilia", è periodico, è indirizzato all'utente finale, è ricco di novità e offerte e punta a far incrementare il fatturato del nostro cliente. Le promozionali invece si rinnovano settimanalmente, creando una fidelizzazione. Terzo elemento, fondamentale per la vastità delle referenze, è il nostro catalogo, che definiamo "l'enciclopedia della ferramenta", facile da consultare e disponibile anche su Cd Rom.

### Quali sono gli obiettivi per il 2007-08?

Matteo Sbarufatti - Vogliamo aumentare la quota nel settore Garden, puntando sulla professionalità della nostra forza vendita e sulla presenza capillare in tutto il centro sud. Inoltre la nostra politica aziendale non cambierà: continueremo ad investire sui clienti e a supportarli nella loro evoluzione, perché solo grazie ad una stretta collaborazione e ad un servizio efficiente, siamo e saremo sempre in grado di raggiungere insieme gli obiettivi futuri.

**LA CONDUZIONE FAMILIARE CI PERMETTE DI GESTIRE DIRETTAMENTE OGNI FASE DEL PROCESSO AZIENDALE E ATTUARE STRATEGIE MIRATE ALLE NECESSITÀ DEL MERCATO.**



Giocchino Vitale, amministratore unico della società