

Ieri, oggi, domani... la certezza Fratelli Vitale

Risposte immediate alle esigenze dei clienti e velocità nelle consegne; vincenti strategie commerciali e uno stimolante lavoro di squadra: ecco come oggi Fratelli Vitale affronta le sfide del domani.

A CURA DELLA REDAZIONE

L'azienda Fratelli Vitale Srl nasce nel 1978 a Mirabella Eclano (Avellino), piccolo centro campano con radici antichissime ed ex colonia romana del II secolo d.C. Una posizione strategica sul territorio, che colloca l'azienda proprio nel cuore del centro-sud Italia, con evidenti vantaggi in fatto di rapidità ed efficienza nelle consegne.

Infatti, quello che un tempo era un florido mercato sulla via Appia, oggi è un importante snodo che, a livello logistico, permette a questa realtà commerciale di raggiungere in maniera capillare le regioni del centro-sud: Lazio, Molise, Campania, Puglia, Basilicata, Calabria, Sicilia e Sardegna.

Abbiamo visitato lo stabilimento di Mirabella Eclano per conoscere i segreti di un'azienda che, dal 1978, ha come obiettivo primario la soddisfazione del cliente. Oggi Fratelli Vitale è uno dei protagonisti tra i distributori di ferramenta a livello nazionale e da quasi trent'anni è garanzia di professionalità. L'attività è svolta curando in modo puntuale e preciso ogni dettaglio, con una totale ed efficiente autonomia gestionale e strategica. Va da sé che, per una tipologia di azienda così strutturata, diventi fondamentale investire in tecnologia per dare ai propri clienti un valore aggiunto. Infatti, le risposte immediate alle differenti esigenze dei clienti insieme alla velocità nelle consegne sono i due fiori all'occhiello della società irpina,

**FRATELLI
VITALE**
FERRAMENTA - UTENSILERIA
IDRAULICA - GIARDINAGGIO

Utilia®

che ci ha aperto le porte dello stabilimento di Mirabella Eclano, dove abbiamo incontrato il proprietario Gioacchino Vitale, i figli Pierfrancesco e Maria Nunzia, rispettivamente responsabile acquisti e responsabile marketing, e il direttore commerciale Matteo Sbarufatti.

Chi è oggi Fratelli Vitale e com'è strutturata l'azienda?

Sig. Gioacchino Vitale - La Fratelli Vitale nasce nel 1978 e nel corso degli anni ha sempre registrato un trend di crescita positivo. Si sviluppa su una superficie di 50.000m², impiega 45 dipendenti e si avvale di un'ampia forza vendita, composta da 25 agenti che la rappresentano in tutto il centro-sud, isole comprese. L'azienda acquista sul mercato internazionale i prodotti delle migliori marche e li distribuisce con un ottimo rapporto quali-



Gioacchino Vitale,
proprietario
dell'azienda
Fratelli Vitale.



Company profile

Ragione sociale:

Fratelli Vitale S.r.l

Anno di fondazione: 1978

Superficie occupata:

50.000m², di cui 10.000m² di area interna e 40.000m² di area esterna.

Numero dipendenti: 45

Numero venditori: 25

Bacino d'utenza:

Lazio, Molise, Campania, Puglia, Basilicata, Calabria, Sicilia e Sardegna.

Principali Merceologie trattate:

Ferramenta, Utensileria, Edilizia, Idraulica, Giardinaggio e Agricoltura, Fai da te, Prodotti siderurgici, Casalinghi, Riscaldamento.

Numero prodotti trattati:

Circa 25.000 articoli.

Principali marchi trattati:

Utilla, Bosch, Betafence, Cisa, Fischer, Henkel, Lotto, McCulloch, Silca, e tutti i principali marchi del settore.

Numero automezzi: 10

tà-prezzo nei settori: ferramenta, utensileria, edilizia, idraulica, giardinaggio e agricoltura, fai da te, prodotti siderurgici, casalinghi, riscaldamento. I clienti a cui si rivolge sono principalmente dettaglianti, piccole e medie aziende, fai da te.

Com'è cambiata negli ultimi tempi la figura del grossista e del rivenditore?

Sig. Gioacchino Vitale - Una volta il compito del grossista era quello di assicurare la propria presenza presso il punto vendita, limitandosi alla vendita delle referenze principali. Oggi, i tempi sono in continua evoluzione e al grossista è richiesta una maggiore dinamicità, investendo costantemente in tecnologia, pubblicità, logistica e servizio, assicurando al proprio cliente l'assortimento necessario al suo negozio senza scorte eccessive. Quindi, per vincere la sfida con i concorrenti, vogliamo mantenere costante e vivo il rapporto con i rivenditori, per capire e soddisfare nel modo più appropriato le loro esigenze.

Cosa fate per garantire la vendibilità dei prodotti da proporre ai negozianti?

Sig. Gioacchino Vitale - La missione della nostra azienda consiste nel comprendere i bisogni del rivenditore, in un costante aggiornamento della gam-

ma dei prodotti offerti, nella fidelizzazione del cliente e nella creazione di una rete di valori, quali professionalità, servizio e qualità. Quando proponiamo un nuovo articolo, il cliente sa che a monte c'è un attento studio effettuato con mesi di anticipo, unicamente con l'obiettivo di garantire fatturato a chi si affida alla nostra esperienza.

Qual è la vostra strategia per mantenere la posizione in questo mercato?

Sig. Pierfrancesco Vitale - Nel mercato di oggi è fondamentale investire nella ricerca, per essere sempre competitivi e continuare a proporre alla nostra clientela un assortimento sempre più ampio di prodotti di elevata qualità e affidabilità. Da qui, l'importanza di partecipare alle più importanti fiere di settore nel mondo, per scoprire le novità e toccare con mano la qualità dei prodotti.

Voi figli rappresentate la nuova generazione della Fratelli Vitale: come riuscite a coniugare la tradizione storica dell'azienda con le esigenze attuali del mercato?

Sig. Pierfrancesco Vitale - Ogni cambio generazionale ha le proprie difficoltà, ma cela anche il fascino di un nuovo mondo, dove poter esprimere le proprie potenzialità. Noi ab-

biamo avuto un grande esempio in questi anni e siamo orgogliosi di lavorare insieme nell'azienda in cui siamo cresciuti.

Investite in comunicazione?

Dott.sa Maria Nunzia Vitale - Certamente. Abbiamo in essere una serie di attività Marketing Oriented, quali: comunicazione sulle principali riviste del settore, attività di merchandising, giornalini, anteprime e promozionali con i nostri clienti. Inoltre, non dimentichiamo il nostro catalogo, chiaro e completo, con oltre 25.000 articoli. Questi continui investimenti ci aiutano a capire quanto crediamo nel nostro lavoro, perché ogni giorno cerchiamo di trasformare la nostra passione in un business vincente.

Un'offerta di articoli così ampia prevede un catalogo altrettanto corposo?

Dott.sa Maria Nunzia Vitale - Ci



piace definire il nostro catalogo "l'enciclopedia della ferramenta": è un aiuto professionale per chi opera nel settore, che aggiorniamo ogni anno e distribuiamo a tutti i nostri clienti, anche in formato digitale. In oltre 650 pagine mostriamo tutti gli articoli che vendiamo, divisi per settori. Il nostro catalogo è la vera testimonianza di un'offerta completa, diretta a soddisfare le esigenze della nostra ampia clientela.

Quali sono le strategie della Fratelli Vitale?

Dott. Matteo Sbarufatti - La nostra azienda è in grado di offrire prodotti studiati secondo le diverse esigenze dei clienti, attraverso un processo distributivo definito "BtoB" (Business to Business), dove la continua ricerca della qualità e la competenza giocano un ruolo fondamentale. Con questi presupposti abbiamo creato un sistema di offerta globale per soddisfare ogni esigenza a 360 gradi.

Inoltre, distribuiamo una parte dei prodotti attraverso il nostro marchio "Utilia". L'ottimo rapporto qualità-prezzo che contraddistingue i prodotti Utilia è sempre stato infatti uno dei

Sono oltre 650 le pagine che compongono il catalogo aziendale: non a caso in azienda viene definito "l'enciclopedia della ferramenta".

L'investimento in comunicazione comprende anche la pubblicazione di giornalini, anteprime e promozionali.

nostri principali punti di forza. Crediamo nel nostro marchio e gli daremo ancora maggiore visibilità nel corso del Sifuc di Napoli, dove saremo presenti come espositori.

Proviamo a sintetizzare in pochi punti essenziali le carte vincenti dell'azienda.

Dott. Matteo Sbarufatti - Una costante presenza alle più importanti fiere di settore mondiali, un rapporto diretto con i produttori e l'affidabilità di grandi marche sono una garanzia per i nostri clienti. In sintesi, i nostri punti di forza sono:

- un elevato servizio al cliente;
- "Utilia", un marchio aziendale di successo in crescente espansione e riconoscibile tra i leader di mercato;
- know-how distributivo, commerciale e di marketing;
- vincenti strategie a livello nazionale;
- lavoro di squadra in un ambiente giovane e stimolante.

Sig. Gioacchino, in quasi trent'anni di esperienza ha assistito al cambio generazionale in alcuni suoi clienti?

Sig. Gioacchino Vitale - I giovani hanno sempre voglia di crescere per rafforzare la propria struttura familiare. Alcuni hanno lasciato, ma molti sono rimasti, sfidando le difficoltà del mercato e attrezzandosi, mettendo passione e tanta volontà. Inoltre



nel mercato di oggi, sempre più competitivo, questi giovani sanno che possono contare sulla garanzia di serietà e professionalità di una grande azienda.

Quale scenario prevede per il prossimo futuro?

Sig. Gioacchino Vitale - La concorrenza è in costante crescita e la presenza della GDO è ormai una realtà affermata, ma non più temuta come all'inizio. Pertanto, mentre prima per i dettaglianti era sufficiente una programmazione a medio termine, oggi è più che mai necessaria la loro professionalità, per proporsi come consulenti esperti alla loro clientela. Per noi è quindi fondamentale rispondere al mercato con puntualità e flessibilità, per dare un vero e proprio valore aggiunto ai nostri rivenditori. Per questo motivo la nostra politica aziendale non cambierà: continueremo a investire sui nostri clienti e a supportarli nella loro evoluzione, perché solo grazie a una stretta collaborazione e a un servizio efficiente siamo e saremo sempre in grado di raggiungere insieme gli obiettivi futuri.