

Porcari (LU), 11 maggio 2016

Cromology Italia: + 38% il fatturato nel settore dell'edilizia professionale nel 2015 e una ulteriore crescita del 25% prevista per il 2016

Massimiliano Bianchi, Direttore Generale di Cromology Italia Spa, racconta in questa intervista la ricetta del Gruppo per conseguire risultati eccellenti in un mercato, quello dell'edilizia, che stenta a ripartire

Dott. Bianchi, qual è la posizione di mercato del Gruppo Cromology, in Italia e in Europa?

“Il **Gruppo Cromology**, fino allo scorso anno conosciuto come **Materis Paints**, è un attore internazionale nel mercato delle pitture. Attualmente è il **quarto più importante produttore Europeo di pitture decorative di qualità**: i nostri prodotti vengono distribuiti in più di 50 Paesi nel mondo, con una presenza diretta in 9 nazioni. Il fatturato globale supera i 750 milioni di Euro con una rete di 400 punti vendita di proprietà e più di 8.500 partner rivenditori indipendenti, 9 hub logistici garantiscono una consegna rapida e capillare a livello internazionale. **Cromology – The Art of Professional Painting** – il nuovo brand, sottolinea la nostra leadership nel mondo dell'edilizia professionale e l'intento del nostro Gruppo di preservarla e consolidarla, anche in Italia.

In Italia operiamo con marchi leader come **MaxMeyer, Duco, Settef, Viero e Baldini Vernici**. **Cromology Italia** detiene il **7% di quota del mercato delle vernici**, equivalente alla **leadership assoluta di mercato**: operiamo con 9 brand storici, 500 dipendenti, 45.000 mq di hub logistico per distribuire i 50 milioni di kg di vernici prodotti ogni anno dal nostro stabilimento. Il Gruppo è molto forte nel settore dell'edilizia professionale e l'obiettivo è quello di crescere ancora.”

Press Contact: Dott.ssa Daniela Origgi

Origgi Consulting – Ufficio Stampa

ufficiostampa@origgiconsulting.it – d.origgi@origgiconsulting.it

Mob. +39 347 1729113

Qual è l'approccio del Gruppo Cromology al tema dell'innovazione?

“Il nostro Gruppo è dotato di 10 laboratori R&D, 100 ricercatori e tecnici, e 4.000 dipendenti che tutti i giorni operano per migliorare le soluzioni proposte dal Gruppo e realizzate in 11 siti produttivi. Gli stabilimenti italiani producono soluzioni anche per tutte le altre filiali del Gruppo e in quello di Porcari (LU) è dislocato il **“Global Centre of Excellence for Tinting Systems”** del Gruppo. Il Gruppo di Lavoro è diretto dal nostro Direttore Tecnico: dall'Italia coordiniamo tre team internazionali che lavorano all'obiettivo di sviluppare prodotti sempre più performanti e innovativi. Il **25% delle nostre vendite** è generato da **prodotti sviluppati negli ultimi 3 anni**.

Tuttavia non crediamo nell'innovazione fine a se stessa bensì nella necessità di proporre soluzioni performanti, semplici da usare e dalla qualità rigorosa e costante.”

Nel 2015 il vostro giro d'affari nel settore dell'edilizia professionale è aumentato, nonostante il mercato non desse alcun cenno di ripresa. Che previsioni avete per il 2016?

“Effettivamente il mercato non ha dato segni di ripresa decisa, né lo scorso anno né nel primo trimestre del 2016. Nonostante questo siamo riusciti a sviluppare ed attuare una strategia articolata, che ci ha consentito di crescere molto rapidamente. Il **giro d'affari** nel settore dell'**edilizia professionale** è cresciuto del **38% nel 2015** e anche quest'anno puntiamo ad una **ulteriore crescita del 25%**. Questo per noi è anche un segnale che il cambiamento di rotta che abbiamo effettuato è riuscito ad incontrare le esigenze del mercato”

Quali sono gli elementi che vi hanno consentito di conseguire risultati così eccellenti?

“Il nostro obiettivo strategico è stato quello di tornare ad **essere la prima scelta del professionista** nell'ambito dei prodotti vernicianti, mi riferisco sia alla **distribuzione** che all'**applicatore professionali**. A partire dallo scorso anno abbiamo optato per una **riduzione dei clienti** ma un aumento della qualità: clienti più importanti e influenti, trendsetter in cerca di soluzioni di qualità. **Cromology Italia** è passata da una **offerta**

Press Contact: Dott.ssa Daniela Origgi

Origgi Consulting – Ufficio Stampa

ufficiostampa@origgiconsulting.it – d.origgi@origgiconsulting.it

Mob. +39 347 1729113

generalista a una **offerta multi specializzata**, sfruttando competenze e brand molto forti nel settore professionale, come **Settef** e **MaxMeyer**. Abbiamo inoltre attuato un piano per **intensificare il rapporto con il mondo della progettazione**. Infine abbiamo investito sui **servizi** e sulla **produzione**, per fornire ai nostri clienti un supporto eccellente e dei prodotti di qualità alta e costante. Il nostro numero verde per l'**assistenza clienti** garantisce una risposta nel giro di massimo 48 ore con un livello di servizio del 99%. Abbiamo collegato online i **tintometri** dei nostri clienti per potere fornire loro una risposta su richieste colore entro due ore, contro un giorno, un giorno e mezzo stimato della concorrenza. Abbiamo investito sulla **produzione**, in termini di macchinari e procedure di controllo della qualità, affinché la **qualità rigorosa** che desideriamo offrire sia sempre **costante**.

Non da ultimo abbiamo sviluppato una **strategia di marketing e comunicazione multimediale**, nuova per il nostro Gruppo, che ha messo l'acceleratore e tutta l'energia necessaria ai nostri piani, consentendoci di raggiungere e coinvolgere tutti i decisori e gli influenzatori della filiera dell'edilizia, necessari al raggiungimento del risultato."

Cosa intende quando parla di strategia di marketing e comunicazione multimediale?

"Per rilanciare i nostri marchi nel mondo professionale, in particolare **Cepro**, **Settef** e **Viero**, abbiamo usato un mix di "ingredienti" diversi da quelli tradizionali, ma che, ben dosati, ci hanno fatto raggiungere la ricetta vincente. Ci siamo avvalsi dei canali di **social media marketing**, raggiungendo e coinvolgendo un pubblico molto vasto. So che in altri settori questo è un canale molto utilizzato, l'edilizia invece è ancora piuttosto scettica ad investire nei nuovi media, che per noi si sono rivelati strategici. Abbiamo rivisto completamente la nostra **presenza sul web** e sviluppato una intensa attività di **web marketing**. Abbiamo lavorato molto nell'ambito del **content marketing**, andando a creare, sia mediante l'attività di **ufficio stampa** che di **formazione online e offline**, dei contenuti interessanti per i nostri target di comunicazione. Non abbiamo trascurato neppure il tema della **digitalizzazione dell'edilizia**, che riteniamo fondamentale: già oggi i progettisti possono scaricare gratuitamente dai nostri siti gli **oggetti BIM** dei **sistemi di isolamento a cappotto** [Settef](#) e [Viero](#)."

Press Contact: Dott.ssa Daniela Origgi

Origgi Consulting – Ufficio Stampa

ufficiostampa@origgiconsulting.it – d.origgi@origgiconsulting.it

Mob. +39 347 1729113

Le vostre attività di formazione a chi si rivolgono?

“A gennaio di quest’anno abbiamo inaugurato in Italia la prima accademia virtuale e in aula del Gruppo per tutti i professionisti dell’edilizia: **CromoCampus**. Si tratta di un **campus di formazione per rivenditori, progettisti, imprese e applicatori specializzati** e di un luogo di incontro in cui scambiare idee e crescere assieme. Siamo convinti che oggi sia fondamentale **lavorare in squadra**. E’ inutile lanciare prodotti eccellenti se questi poi non vengono recepiti o non vengono proposti, progettati e posati correttamente.

CromoCampus serve anche a questo. Abbiamo inoltre sviluppato diversi **strumenti digitali** dedicati alla formazione, quali webinar, e-book, video tutorial, che sono stati apprezzati moltissimo.”

Qual è oggi la visione del Gruppo Cromology relativa allo sviluppo del mercato edile in Italia e in Europa?

“Nella nostra esperienza, questa crisi, unitamente a richieste **normative** e di **qualità** sempre più stringenti, così come all’aumento delle **responsabilità** di progettisti, imprese e direttori dei lavori, sgombra il campo da prodotti scadenti e **apre le porte a prodotti e sistemi di qualità e certificati**. Un trend in linea con la nostra visione: riteniamo che oggi il mercato non sia in cerca di innovazioni strabilianti e costose ma con scarse applicazioni né di prodotti a basso costo e bassa qualità che espongono tutta la filiera a rischi troppo alti. Vincerà chi, come noi, si impegnerà a **sviluppare prodotti dalla qualità rigorosa** e dalle performance eccellenti e durature, tenendo sempre ben presenti le esigenze di chi li deve utilizzare.

Per quanto concerne il **mercato italiano**, secondo il Centro Studi ANCE, il 2016 potrebbe segnare l’inizio della ripresa. Si prevede infatti un aumento degli investimenti in costruzioni, che interromperebbe il trend negativo in atto dal 2008. Ciò in particolare grazie alla crescita del comparto della **riqualificazione del patrimonio abitativo**, al cambio di marcia nelle **opere pubbliche** e all’attenuazione della diminuzione dei livelli produttivi nella **nuova edilizia abitativa** e nel **non residenziale privato**. Le misure fiscali contenute nella Legge di Stabilità 2016, in particolare la conferma della proroga del potenziamento delle **agevolazioni fiscali per ristrutturazioni edilizie**, gli interventi di **efficientamento**

Press Contact: Dott.ssa Daniela Origgi

Origgi Consulting – Ufficio Stampa

ufficiostampa@origgiconsulting.it – d.origgi@origgiconsulting.it

Mob. +39 347 1729113

energetico degli edifici e l'introduzione della **detrazione Irpef del 50%** per l'acquisto di abitazioni in **classe energetica A o B**, rivestono un ruolo importante per l'avvio della **ripresa del settore delle costruzioni**. Per noi produttori di **sistemi di isolamento a cappotto** sono misure importanti, ma lo sono anche per tutti coloro che vogliono migliorare le prestazioni energetiche dei loro edifici e preservarne il valore sul mercato. Per quanto concerne l'Europa, secondo le stime **Euroconstruct**, il triennio 2016-2018 porterà il settore delle costruzioni a crescere nuovamente. Il **Gruppo Cromology** guarda con ottimismo al futuro e intende sfruttare il volano positivo di mercato per consolidare ulteriormente la propria posizione di **leadership in Italia e in Europa**. Con tutto l'impegno e la passione che ogni nostro collaboratore dedica ogni giorno per fornire soluzioni e servizi sempre migliori."

Per ulteriori informazioni su Cromology e i suoi brand in Italia: <http://www.cromology.it/>