



La rivista per il mercato dei prodotti vernicianti e delle finiture decorative

MARZO 2014
EDIZIONE **341**

18
scenari
le imprese non si arrendono e si rilanciano sul mercato.
& hobby

28
copertina
DIXI propone prodotti che risolvono, originali e performanti.



IL MUFFA STOP

SEMPLICE - RAPIDO - EFFICACE



elimina la muffa in pochi minuti
LINEASTOP un catalogo di soluzioni



Ristrutturazione, efficientamento energetico e colore

“Questa è l’ora di ricostruire e noi ci siamo!”. Le parole di Vincenzo Colonna, amministratore delegato di Ivas, azienda capogruppo dell’omonimo gruppo industriale sono chiare e in quel suo “ricostruire” c’è molto di come l’azienda di San Mauro Pascoli legga il passato prossimo e si ponga nei confronti del futuro.

In due sole mezzogiornate, l’incontro annuale con distributori, agenti e partner industriali ha raggiunto tutti gli obiettivi dichiarati con grande efficacia: il management ha dato non soltanto la sua lettura di quello che è accaduto in Italia e nel nostro settore in questi anni difficili, ma con la consueta lungimiranza ha definito le linee guida per il 2014 e per gli anni che verranno, individuando i driver fondamentali attorno ai quali le attività del Gruppo si sono riorganizzate e potranno i rivenditori e i partner commerciali italiani e stranieri di Ivas in condizione di competere ad alto livello in un mercato sempre più globale e sempre più condizionato dall’attività di gruppi multinazionali.

E, a proposito di mercati globali e attività multinazionali, spesso dominati dall’aridità di affari e numeri, ci piace ricordare in contrapposizione il tratto distintivo di Ivas, che anche nell’ufficialità della convention non ha dimenticato, malgrado il successo ed il consolidato respiro internazionale, la sua natura profondamente familiare, sinonimo di attenzione alle

“
Tre cardini
sui quali ruoterà
l’attività del
futuro:
alla convention
annuale
del Gruppo Ivas
**distributori,
forza vendita
e partner
industriali**
condividono
le strategie per
i prossimi anni.



**MARIO PAGANELLI:
“I NOSTRI OBIETTIVI PER GLI ANNI A VENIRE”**

Colore, ristrutturazione ed efficientamento energetico: quasi come un mantra, i tre temi ritornano per tutta la durata della convention ed è Mario Paganelli, direttore commerciale di Ivas, a ricordare una volta di più perché questo sia un momento di cambiamenti significativi in Ivas. “Se con la crisi la condizione economica del Paese è tornata indietro di alcuni anni -ha esordito Paganelli-, le aspettative del mercato ed il livello dei servizi richiesti sono estremamente elevati. Noi vogliamo confermarci ed essere sempre più competitivi, concentrandoci sull’esigenza di interpretare nel modo corretto il contesto nel quale operiamo, consapevoli che oggi sono premiate le aziende veloci a ristrutturarsi, capaci di implementare nuovi clienti e di presidiare nuovi mercati con proposte diverse. Quest’anno il Gruppo è complessivamente

cresciuto del 13%, con una flessione rispetto alla crescita del 2012 ma decisamente in controtendenza rispetto ad un mercato che perde il -19%”. Un bilancio positivo ma in uno scenario difficile, dove i competitori sono sempre più agguerriti, ed è proprio nelle difficoltà del contesto che Ivas detta a tutti i suoi partner distributivi le linee guida per il futuro prossimo: “Gli obiettivi che ci diamo per gli anni a venire -ha dichiarato Paganelli- sono precisi e riguardano l’adattabilità al mercato che cambia, il ritorno al colore, la consacrazione del marchio Metropolis®, la considerazione del magazzino edile come nuovo importante player del settore, lo sviluppo di un marketing sempre più attivo, la capacità di puntare all’estero, la volontà di intercettare nuove rivendite ed ampliare la rete agenti”.



METROSTONE, LA NUOVA EMOZIONE DI RESINS

Resins è la linea di resine decorative per pareti e pavimenti della divisione decorativi Metropolis® by Ivas. A Rimini Resins è stata protagonista grazie alla presentazione di Metrostone, un ciclo a spessore a base di eco-resine cementizie, traspiranti, non ingiallenti e resistenti all'abrasione caratterizzato da colori naturali tenui e da grigi molto di tendenza. Il ciclo da pavimento è formato da Metrostone Primer (aggrappante di nuova generazione specifico per ceramica e supporti difficili), Metrostone Level (malta autolivellante radipa) Metrostone Cem (rasante multiuso cementizio) e Metrostone Matt (finitura in resina poliuretanicca all'acqua). Proposto nella varianti ad effetto cemento liscio ed effetto vintage decapé: un importante completamento dell'offerta delle resine.



persone e di qualità delle relazioni: alcuni momenti hanno sottolineato in maniera toccante questa vocazione, come l'arrivo del fondatore capostipite Ferruccio Colonna, accolto con una vera e propria ovazione, o il saluto commosso tributato a Pasquale Catani, distributore di Urbania e partner Ivas della prima ora che proprio in occasione della convention, come in una partecipata riunione familiare, ha ufficializzato il passaggio della storica attività al nipote.

Un'atmosfera di lavoro che ha affrontato argomenti molto seri ma permeata di quell'informalità nella quale si sono trovati a loro agio anche i numerosi partner che Ivas ha chiamato per valorizzare le proprie scelte industriali -NCS®, Neopor®, L'isolante® e BASF®- o per ribadire l'impegno associativo che guarda ad

ambiente e qualità delle prestazioni –CasaClima e Cortexa-.

L'atmosfera giusta, dunque, che ha permesso di evidenziare con forza e consapevolezza i tre cardini sui quali ruoterà l'attività del Gruppo nel futuro prossimo: ristrutturazione, efficientamento energetico e colore. Ecco come, nella sintesi degli interventi ascoltati alla convention.

RISTRUTTURAZIONE ed EFFICIENTAMENTO: mercato strategico per tornare a CRESCERE

Vincenzo Colonna, si diceva. A lui è spettato il compito di aprire i lavori e i presenti hanno capito subito che Gruppo Ivas guarda il mondo per capire come organizzare il suo business. Lo scenario descritto da Colonna è quello di "un Paese profon-

damente trasformato, dove nulla sarà come prima. Un Paese con 3 milioni di disoccupati, in crisi d'identità e per questo fragile, vulnerabile, all'interno del quale, tuttavia, si colgono quei primi deboli segnali di ripresa che ci spingono, una volta ancora, ad avere fiducia nell'Italia".

"In ogni caso -ha chiarito Colonna- è improprio parlare di 'ripresa': più appropriato è parlare di 'ricostruzione', un termine che si adatta meglio ad un'azienda come Ivas, attiva nel mondo dell'edilizia e delle costruzioni, che guarda ad un patrimonio potenziale da ristrutturare stimabile in 250 milioni di euro come ad una possibilità concreta per ripartire e tornare a crescere, anche alla luce del fatto che la costruzione del nuovo è definitivamente bloccata".

Il mercato delle nuove costruzioni, dunque, è fermo, mentre quello della ristrutturazione crescerà, sostenuto dall'obiettivo europeo fissato al 2050 di ridurre dell'80% le emissioni dei gas serra e portare tutto il patrimonio edilizio esistente alla corretta classe energetica. Questo, dunque, è il contesto in cui il Gruppo Ivas ha deciso di confrontarsi, consapevole che per farlo con successo sia necessario portare in dote la grande capacità in ambito di innovazione, ricerca e sviluppo maturata in tanti



■ **A sinistra,** Werther e Ferruccio Colonna, Pasquale Catani e Vincenzo Colonna durante il riconoscimento attribuito allo storico distributore Ivas.

■ **A destra** Filippo Colonna, responsabile divisione e brand Metropolis®.

anni di esperienza. "Questa è l'ora di ricostruire -ha concluso Colonna- e noi ci siamo!"

Il colore per Ivas: TECNOLOGIA ed EMOZIONE

L'altro grande polo di attenzione per Ivas è il colore, che l'azienda vuole -fedele ad oltre 60 anni di presenza nel mondo delle vernici- riportare al ruolo di assoluto protagonista. Ecco, quindi, da un lato l'aggiornamento di Magic Sole, il sistema tintometrico profondamente ripensato, e dall'altro l'emozione dirompente di Metropolis®, la divisione che in pochi anni è diventata un riferimento per tutto il mondo delle finiture decorative.

Gianluca Melzi, responsabile as-

sistenza tecnica, ha presentato il mondo della tintometria Ivas, fatto di innovazione tecnica e servizio al distributore, due fattori che pongono oggi Magic Sole all'avanguardia tra i sistemi tintometrici. "Oggi colorare è più semplice -ha esordito Melzi- grazie alle 101.540 formule per interno ed esterno inserite nel sistema. Abbiamo realizzato un passaggio importante con l'eliminazione dei coloranti ossidi e si può ben dire che la nostra tintometria grazie a 24 paste coloranti -12 in fase acqua, 4 universali per interno, 8 in fase solvente- è ideale per i comparti rivendita casa, edilizia e manutenzione industriale. Tutte le paste coloranti sono ad altissima concentrazione di pigmento, fattore che consente di avere consumo minore, copertura

CARLO CASTOLDI: TERMOK8, SISTEMA IDEALE PER IL RIEFFICIENTAMENTO"

Sul tema del patrimonio edilizio da ristrutturare, Carlo Castoldi, consulente senior Isolamento Termico, ha ricordato le grandi potenzialità offerte da tutti gli edifici esistenti in Italia non energeticamente efficientati, un bacino sterminato e con 30 anni alle spalle senza manutenzione: strutture che sono vere e proprie

voragini energetiche, che consumano ed inquinano perdendo valore sul mercato ogni giorno che passa. "Per tutte le situazioni che prevedono ristrutturazione ed efficientamento energetico -ha spiegato Castoldi- il Gruppo Ivas è in grado di intervenire con la logica del sistema e con il concetto di kit, di pacchetto

di prodotti studiati e commercializzati insieme. Basta pensare a TermoK8®, vero e proprio sistema specializzato d'isolamento termico, risanamento e qualificazione energetica che, con tutte le sue declinazioni, permette di soddisfare sempre le richieste per le certificazioni e di riefficientamento".





i social network come facebook, twitter, pinterest permettono di coinvolgere decoratori, architetti, aziende, perché oggi la promozione passa attraverso l'informazione".
 "La nostra volontà è quella di coinvolgere sempre più i distributori -ha concluso Colonna-. La vendita non si fa più solo porta a porta ma con i social: la rivoluzione della vendita è iniziata". Quello del web è, in effetti un progetto che permetterà di generare nuove opportunità: per esempio,

maggiore e solidità alla luce. E anche la tecnologia delle macchine e degli spettrofotometri è in continua evoluzione, rendendo la tintometria sempre più indispensabile per il rivenditore professionale".

Certo, i cambiamenti tecnologici impongono formazione e aggiornamento professionale, ma anche su questo Ivas non è certo impreparata: "Ivas -ha ricordato Melzi- organizza workshop e corsi di aggiornamento dedicati ai tintometristi, i Color Day, specifici per vendita, funzionamento e manutenzione, e dal sito Ivas sono scaricabili in tempo reale tutti gli aggiornamenti relativi a formule e spettrofotometria".

Sempre sulla centralità del colore ma spostando l'attenzione dalla tecnicità all'emozione che una finitura può suscitare, Filippo Colonna ha portato per mano i presenti nel mondo delle suggestioni Metropolis®.

Lui, che della divisione e del brand è responsabile, non ha dubbi: "Il colore è tecnologia ma anche emozione, e Metropolis® da questo punto di vista è una divisione differenziante per il Gruppo Ivas, con la quale si toccano corde diverse: gusto, estetica, arredamento, architettura, interior design".

"Ivas risponde con puntualità e tempestività alla domanda del mercato -ha affermato Filippo Colonna-.

UN CORNER PER ESSERE PIÙ VISIBILI



Nel 2014 Ivas vuole essere più visibile e con più appeal all'interno dei punti vendita, ed ecco quindi la proposta di un layout più innovativo ed efficace a livello espositivo: a Rimini sono stati presentati ai rivenditori il Totem con tutte le proposte Termok8 ed il Corner che può essere allestito con disposizione angolare o come parete lineare: su più moduli, caratterizzati da placche rimovibili e sostituibili, sono rappresentate le 5 divisioni Ivas: pitture e vernici, malte tecniche, pavimenti in resina, isolamento termico, decorativi.

Metropolis® stimola e suscita nuove esigenze. La vendita di Metropolis® è complessa perché interpreta bisogni emozionali, dispensa emozioni, quindi presuppone logiche di vendita diverse. La coerenza di Metropolis si evidenzia in ambito qualitativo, strategico e produttivo: il colore e la resa cromatica godono di una forte innovatività grazie all'introduzione del decorativo materico, di cui Metropolis® è stata indiscussa pioniera. Oggi l'obiettivo è quello di creare comunità e comunicare in maniera attuale e contemporanea:

Metropolis® App, l'applicazione per phone e tablet con funzioni interattive, documentazioni tecniche, visualizzazione di cartelle colore, video applicativi, calcolo quantità e ricerca rivenditori e condivisione su social network ha già avuto molto successo, e sono stati effettuati tantissimi download.

Insomma, il Gruppo Ivas si impegna davvero a 360 gradi per offrire ai rivenditori le risposte che permettano di traghettare il settore fuori dalla crisi e di far ripartire il mercato con la massima energia e fiducia. ■