Dalmar, nuova immagine e nuovi strumenti al servizio del cliente

Un rinnovamento della corporate identity che coinvolge anche la mission aziendale, mix ideale di qualità prodotto, consulenza tecnica, formazione e attenzione al cliente. Ne parliamo con i vertici aziendali del gruppo...

Nata nell'immediato dopoguerra, 1949, Dalmar S.p.A nasce dall'iniziativa del professor Genovesi che dopo la carriera militare come comandante dei Paracadutisti, si proietta nel mondo imprenditoriale. Grazie ad estro e inventiva, il professore riesce a creare costantemente soluzioni e prodotti innovativi che rendono la società fra le prime aziende nel settore distribuzione di prodotti industriali per il mercato oleodinamico, sino allora dominato da leader mondiali di grande caratura.

Nel 1955 nasce il reparto di torneria per la realizzazione di raccordi oleodinamici e viene introdotta l'attività di raccordatura di tubi flessibili, oggi ancora presente con nuove attrezzature anche per i relativi collaudi e test. Segue nel 1965, la creazione della seconda società del gruppo la Dalmar Impianti S.p.A. che conquista in pochi anni un ruolo strategico mondiale nella produzione di impianti ed ausiliari per la stampa di carte valori, un mercato in mano a pochissimi attori e di cui Dalmar detiene circa il 70%. Nel 1970 viene

Franco Pessina.

Angelica Ragazzi.

fondata la società Dalmar Impex Srl, incorporata nel 2011 in Dalmar S.p.A, per la commercializzazione di utensileria pneumatica, elettrica ed accessori per i settori Automotive ed Industriale. A partire da quest'anno Dalmar avrà un nuovo logo aziendale che la identificherà sul mercato. Il restyling della corporate identity, che coinvolge anche il sito web, rappresenta una tappa importante per l'azienda che, dopo quasi 70 anni di consolidata esperienza, si conferma realtà dinamica proiettandosi verso nuovi progetti che riguarderanno sviluppo, innovazione, fornitori/partner riconosciuti e consolidati. Tutti con un unico obiettivo: offrire sempre maggiori opportunità di business e crescita. Ne parliamo con il presidente Franco Pessina, con Angelica Ragazzi amministratore delegato e con Sergio Rota direttore commerciale e marketing dell'azienda.

Quale fase aziendale sta vivendo oggi Dalmar?

Franco Pessina - Quest'ultimo decennio è stato caratterizzato dalla lunghissima crisi economica mondiale, che ha costretto la dirigenza della società a fare scelte importanti in merito all'efficienza complessiva della gestione interna aziendale. Oggi Dalmar presenta una struttura ed un team consolidato, giovane, dinamico e determinato ed è presente sul mercato con cinque linee di prodotti: guarnizioni di precisione, sistemi di fissaggio, tubi flessibili raccordati e non, utensili pneumatici ed elettrici, sistemi antivibranti. Nella pianificazione dei prossimi 5-10 anni di attività, ci siamo dedicati inizialmente al restyling del logo Dalmar nell'ottica di comunicare, anche visivamente , con maggior efficacia i nostri principi e valori al mercato e ai nostri clienti. Con grande orgoglio, evidenzio che dall'anno della sua fondazione ai nostri giorni, Dalmar S.p.A. pur cambiando compagine societaria, ha mantenuto l'azionariato di maggioranza nelle mani di una sola famiglia, sempre presente nella gestione quotidiana.

E come vi vedete nel futuro?

Angelica Ragazzi - Guardiamo al futuro con la stessa determinazione con cui in tutti questi anni abbiamo offerto ai nostri clienti servizi e prodotti innovativi e di alta qualità, che il mercato ha dimostrato di apprezzare. Crediamo che sia il modo migliore per celebrare i nostri quasi 70 anni di vita. Io sono la testimonianza diretta dell'impegno di responsabilità che caratterizza una guida familiare giunta in piena forma alla terza generazione.

Quali sono le vostre attuali strategie?

Angelica Ragazzi - Dal 1949 Dalmar S.p.A. ha compiuto notevolissimi passi in avanti, riuscendo ad accreditarsi nel tempo e a livello nazionale come uno degli interlocutori più affidabili del settore.

La vicinanza ai clienti e alle loro molteplici e variegate necessità è stata ed è tuttora un salutare allenamento mentale ed operativo per Dalmar: da qui cresce quell'incessante stimolo

>>>

Sergio Rota.

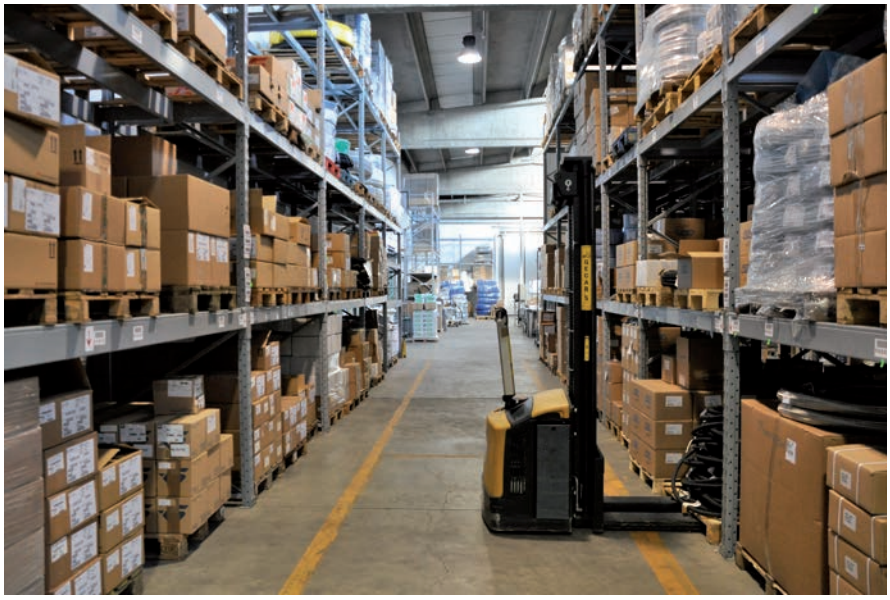
> "Guardiamo al futuro con la stessa determinazione con cui in tutti questi anni abbiamo offerto ai nostri clienti servizi e prodotti innovativi e di alta qualità, che il mercato ha dimostrato di apprezzare. Crediamo che sia il modo migliore per celebrare i nostri quasi 70 anni di vita."

DALMAR

all'innovazione che porta a proporre, spesso in anticipo sulle richieste stesse del mercato, prodotti e servizi sempre più avanzati e funzionali. E' proprio questa costante ed esclusiva focalizzazione alle esigenze del cliente che le ha consentito di sviluppare con i propri fornitori/partner conoscenze, abilità operative e capacità tecnologiche: è un know-how accumulato in quasi 70 anni di lavoro a strettissimo contatto col mercato. Pertanto sviluppo, innovazione, servizio, comunicazione mirata ed efficace, fornitori/partner riconosciuti e consolidati saranno gli elementi su cui concentreremo la nostra attività nel 2017 e negli anni futuri nell'ottica di offrire a tutta la nostra clientela sempre maggiori e comuni opportunità di business e crescita.

Il restyling della corporate identity è solo l'inizio di un rinnovamento più profondo?

Sergio Rota - A partire da quest'anno, Dalmar si presenterà con un nuovo logo aziendale che la identificherà sul mercato. Tuttavia non parlerei tanto di rinnovamento quanto di continua e costante volontà di proporsi al mercato ed alla clientela non solo come distributore di prodotti ma come consulente tecnico-commerciale-logistico nell'ottica di supportare e soddisfare ogni specifica esigenza. Il nuovo logo Dalmar pertanto interpreta pienamente questa visione "abbracciando" il cliente sino al raggiungimento dell'obiettivo comune. Un cambiamento che non rompe con il passato, ma che mira a potenziare la comunicazione degli elementi che, da sempre, hanno contraddistinto Dalmar. Un mix ideale di qualità prodotto, consulenza tecnica, formazione e attenzione al cliente. Siamo sempre noi, appassionati del nostro lavoro e con la costante volontà di proporci al mercato come partner di soluzioni.



Dal punto di vista grafico, si è scelto di mantenere lo storico colore verde con un font più moderno e comunicativo, legato anche alla tipologia dei prodotti venduti. Linee morbide e tondeggianti, raffigurano, da un

> Non parlerei tanto di rinnovamento quanto di continua e costante volontà di proporsi al mercato ed alla clientela non solo come distributore di prodotti ma come consulente tecnico-commerciale-logistico in grado di soddisfare ogni specifica esigenza.

lato i molteplici servizi che gravitano attorno al prodotto, in centro "uno per tutti", dall'altro la vicinanza che Dalmar assicura al proprio cliente sino raggiungimento dell'obiettivo. La nuova identità del brand sarà espressa in modo coerente su tutto il materiale online e offline, dai documenti commerciali ai cataloghi e, in generale, su tutto il materiale istituzionale.

Il nuovo sito quale ruolo riveste in questa evoluzione?

Sergio Rota - Il nuovo sito internet è certamente parte integrante di questo processo poiché propone servizi e soluzioni tecniche ed applicative aggiornate ed innovative e soprattutto facilmente fruibili. Rappresenta tuttavia solo il punto di partenza degli strumenti che stiamo progettando per la nostra clientela come le newsletter, la nuova documentazione tecnica e commerciale, gli incontri di formazione, le iniziative promozionali.

E' in uscita il nuovo catalogo distribuzione. Quali novità contiene?

Sergio Rota - Sono molte e riguardano trasversalmente tutte le attività di Dalmar tra cui: nuove fascette e sistemi di fissaggio tra cui la fascetta Dalflex nella versione W1, il collare a bullone W2 e la nuova fascetta nylon ABA low profile; il nuovo tubo Cstar in co-poliuretano 55ShA; la nuova famiglia di prodotti piedini di livellamento in poliammide, in acciaio inox e piedini antivibranti. E' disponibile da gennaio, distribuito e presentato attraverso la nostra rete di agenti presente capillarmente in tutta Italia. Prevediamo comunque ulteriori novità nel corso dell'anno e pertanto vi invito a consultare anche il nostro sito internet o a tenervi periodicamente aggiornati iscrivendovi alla nostra newsletter.

Quali iniziative avete in programma sul punto vendita tradizionale ferramenta? E su quello professionale?

Sergio Rota - La distribuzione specializzata, insieme all'industria, rappresenta un canale importante per Dalmar: un partner significativo a cui ogni anno forniamo il nostro supporto e strumenti commerciali per agevolarne l'attività di vendita. Mettiamo a disposizione dei nostri rivenditori cataloghi prodotti, espositori, campionature e strumenti di marketing come il volantino promozionale.
Per il 2017 confermiamo iniziative promozionali e, soprattutto formative. Abbiamo l'obiettivo di rafforzare la comunicazione anche verso questo canale, sfruttando gli attuali mezzi e strumenti digitali. Inoltre lanceremo alcune nuove soluzioni per la gamma Impex utensili professionali e non solo. A tal proposito ricordo l'importante partnership nazionale in corso con il produttore americano AIMCO. Oltre a ciò, continueremo certamente a garantire la nostra presenza tecnica - commerciale presso i punti vendita sia tradizionali sia professionali, effettuando anche visite in affiancamento attraverso i nostri responsabili di prodotto, i nostri tecnici specializzati e la nostra rete di vendita. Le sfide per Dalmar sono tante e gli obiettivi prefissati importanti, ma sappiamo di poter contare sulla determinazione delle persone che lavorano e rappresentano l'azienda, sull'esperienza di coloro che hanno fatto la storia dell'azienda e sulla grinta e l'innovazione di un team giovane. ■