

Sistemi PER IL COMFORT

UNA REALTÀ DEL SETTORE TERMOIDROSANITARIO IN FORTE ESPANSIONE, CHE NEI QUASI TRENT'ANNI DI ATTIVITÀ HA SAPUTO SEMPRE RINNOVARSI E PRESENTARSI SUL MERCATO CON PRODOTTI DI QUALITÀ. LE LINEE GUIDA SONO QUELLE DI MASSIMIZZARE IL COMFORT E IL RISPARMIO ENERGETICO E RIDURRE I COSTI DELL'IMPIANTO

“Ivar - racconta Stefano Bertolotti, direttore commerciale dell'azienda - è stata fondata nel 1985 dai miei genitori, grazie all'acquisizione di un'azienda che si occupava di lavorazioni meccaniche per conto terzi. L'attività è continuata per i primi anni, fino a quando, nel 1989, abbiamo iniziato a realizzare una nostra linea di prodotti. La sede è sempre stata a Prevalle, in provincia di Brescia. Da una superficie di 300

nostro primo cliente, 27 anni fa, un'azienda che nel corso degli anni ha avuto una forte espansione e che oggi è parte attiva del gruppo. L'orientamento all'esportazione ha permesso a Ivar di ottenere ottime performance anche in un periodo molto difficile come questo, senza trascurare l'importanza del nostro paese. In Italia abbiamo iniziato con una clientela prevalentemente OEM, mentre solo da una cinque o sei anni

di ultima generazione in grado di progettare autonomamente tutti i prodotti, i macchinari e le attrezzature necessarie alla loro realizzazione e di affinare in continuazione i prodotti esistenti) e un laboratorio all'avanguardia per trasformare l'idea in prodotto. È attrezzato per simulazioni virtuali e test meccanici, termici e fluidodinamici in modo da supportare i tecnici progettisti nella fase di svi-

valvole termostatiche e detentori per radiatori, raccorderia a pressare e stringere e numerosi altri articoli. In totale sono oltre 10.000 prodotti standard e 5.000 OEM. Più che sul singolo componente puntiamo sui sistemi in diversi settori: il solare, la produzione di acqua calda sanitaria, la gestione dei pannelli e degli accumuli, le unità satellite e i moduli di contabilizzazione. In particolare, il settore dei sistemi



no massima produttività e qualità al tempo stesso. Infine, ogni prodotto, prima di essere confezionato, è sottoposto a una serie di test atti a verificarne le caratteristiche peculiari.

Insomma, massima qualità. Riuscite a far percepire questo valore all'esterno?

Bertolotti: Sì, la qualità del prodotto in linea di massima viene percepita. È facile da spiegare sui sistemi, molto più difficile quando si tratta di articoli che potremmo definire “poveri”, come per esempio i raccordi. Data l'importanza dell'aspetto tecnico e organizzativo, in ogni caso, poniamo particolare attenzione alla qualità dei materiali, dei componenti e dei servizi e alle capacità professionali del personale. Abbiamo numerose certificazioni sia aziendali - come il sistema integrato Ambiente-Qualità-Sicurezza, rispettivamente secondo la norma Iso 14001, Iso 9001 e BS OHSAS 18001 - sia di prodotto.

Sul vostro sito c'è una lunga lista di intenti sulla vostra politica aziendale, in particolar modo sulla sostenibilità e il rispetto dell'ambiente. È una cosa che riesce a differenziarvi dalla concorrenza?

Bertolotti: Queste politiche vengono portate avanti indipendentemente da un eventuale ritorno economico immediato e rappresentano dei valori in cui crediamo fermamente. Riteniamo infatti che rispettare l'ambiente, evitare le emissioni inquinanti, svilup-

pare la sicurezza e certificare le proprie procedure abbiano un valore determinante anche da un punto di vista commerciale.

Come sono strutturate le reti commerciali per l'Italia e per l'estero?

Bertolotti: La struttura interna è formata da un direttore commerciale (il sottoscritto), un responsabile export e un responsabile per l'Italia. All'estero operiamo soprattutto attraverso le filiali. Normalmente, i nostri clienti importatori hanno l'esclusiva nella loro nazione, fatta eccezione per casi particolari, come la Germania per esempio, dove la distribuzione è più frazionata. In Italia abbiamo tre area manager che coordinano agenzie di rappresentanza.

E l'assistenza post vendita?

Bertolotti: Questo è un aspetto importante, su cui stiamo investendo molto, facendo tesoro delle nostre esperienze all'estero, come in Repubblica Ceca dove abbiamo una decina di ingegneri sul territorio per svolgere corsi di formazione e compiere assistenza tecnica.

Quali sono i vostri obiettivi di crescita per il prossimo futuro?

Bertolotti: È difficile fare previsioni. Alla fine dell'anno scorso il nostro business plan prevedeva ambiziosi risultati per il triennio 2012-2014, che probabilmente riusciremo invece a raggiungere già quest'anno. Per il prossimo futuro, comunque, vogliamo consolidare le posizioni esistenti e avvicinare mercati attualmente in difficoltà ma potenzialmente interessanti.

Inoltre, stiamo puntando sul mercato nordamericano e su quello cinese, dove abbiamo già attivi due uffici commer-



m², nel 1990 siamo passati a 1.500, che poi sono diventati 3.000. 14 anni fa la svolta, con la costruzione dello stabile attuale, negli anni ampliato fino ad arrivare agli odierni 20 mila m² coperti, su un'area di 40 mila. L'insediamento, in sintonia con il contesto circostante, garantisce l'assenza di processi produttivi di impatto negativo sull'ambiente. A Prevalle abbiamo 165 dipendenti, ma Ivar non è più solo un'azienda, ma un gruppo, con nove filiali distributive di varie

spingiamo il nostro marchio. **Ma per l'estero realizzate prodotti a vostro marchio o con quello del cliente?**

Bertolotti: Entrambe le cose, fornendo prodotti specifici per ogni esigenza. Sia la personalizzazione di prodotti esistenti sia la realizzazione di altri ad hoc rappresentano mercati molto interessanti.

Tempi di realizzazione e costi sono superiori rispetto ai prodotti standard?

Bertolotti: Per quanto riguarda i tempi dipende dalla durata dello studio e dall'ingegnerizzazione, che possono avere tempistiche variabili in base alla complessità. Una volta terminata questa fase, però, in qualche settimana tutto può essere realizzato.

I costi invece non sono necessariamente maggiori, perché abbiamo il controllo dell'intera catena produttiva. A differenza di molti dei nostri competitor, la nostra organizzazione comprende un ufficio tecnico (che utilizza tecnologie e software



luppo e ingegnerizzazione dei prototipi e di soddisfare le richieste delle normative che regolano le certificazioni di prodotto. All'interno abbiamo simulato un'abitazione per riprodurre l'impiego tipico dei prodotti e verificarne dal vivo tutti gli aspetti, persino quelli apparentemente più marginali, come la praticità di installazione e manutenzione.

Può farci una breve presentazione della vostra gamma prodotti?

Bertolotti: Produciamo una gamma completa di componenti per impianti di riscaldamento e sanitari, tra cui sistemi di miscelazione e collettori di distribuzione per impianti a pannelli radianti, testate termostatiche,

integrati sta attraendo tantissimi competitor; anche in questo caso il nostro approccio è differente, atto a individuare nuove soluzioni che puntino a massimizzare comfort e risparmio energetico e a ridurre i costi dell'impianto.

Come avviene il ciclo produttivo?

Bertolotti: Nei nostri stabilimenti realizziamo tutte le fasi di lavorazione necessarie alla produzione. La materia prima, l'ottone in barre, subisce un primo trattamento di stampaggio a caldo presso la nostra consociata, cui seguono le lavorazioni meccaniche. Per i prodotti che vengono invece ottenuti dalla lavorazione diretta di barra trafilata, come i collettori di distribuzione, effettuiamo anche un trattamento termico di distensione in un apposito forno. Dopo i trattamenti superficiali di nichelatura o cromatura si passa alla fase di montaggio, in gran parte affidata a processi automatizzati e robotizzati che garantiscono



dimensioni in otto paesi: due in Belgio e una in Repubblica Ceca, Francia, Regno Unito, Canada, Norvegia, Tunisia, Cina. Inoltre, abbiamo una compartecipata produttiva a Longhena, sempre in provincia di Brescia, per lo stampaggio a caldo dell'ottone. In totale, quindi, siamo in 350, con un fatturato di circa 120 milioni di euro”.

Quali sono i vostri mercati più importanti?

Bertolotti: Ci rivolgiamo prevalentemente all'estero, con una percentuale di fatturato che arriva all'87%, contro il 13% realizzato in Italia. I mercati fondamentali sono Belgio, Russia, Francia e Repubblica Ceca. In Belgio abbiamo avuto il

