

Contiene I.P.
ISSN 1120 - 7884

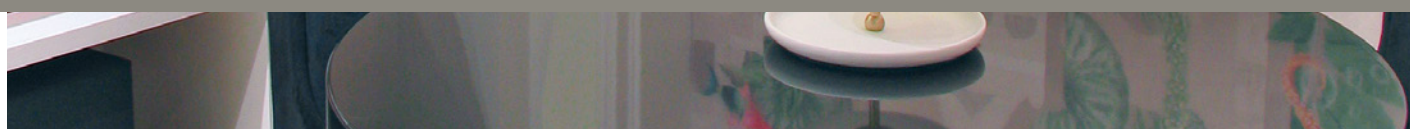
TILE *Italia*

SUPERFICI, FINITURE DI INTERNI E ARREDI • PRODOTTI E TECNOLOGIE PER L'EDILIZIA



CERAMICA: I FATTURATI DELLE AZIENDE ITALIANE

• ***ALTRE* SUPERFICI**



Chiara Poggi

- QUARTARELLA -

LAVORI A REGOLA D'ARTE, MATERIE PRIME DI ALTA QUALITÀ, AGGIORNAMENTO CONTINUO

Quartarella, da più di 70 anni retail di riferimento per il mercato pugliese e lucano, collabora con le più prestigiose aziende italiane accompagnando i clienti nell'allestimento dei propri spazi abitativi.

Fiore all'occhiello dell'azienda è lo showroom di 3.000 metri quadrati: uno spazio composto di 564 pannelli sinottici e 70 box espositivi, pensato per ispirare i visitatori e toccare con mano la grande vivacità di idee che permea il lavoro del team.

Negli ultimi anni l'azienda si è associata ad Assoposa, offrendo al cliente ulteriori plus: lavori eseguiti a regola d'arte e aggiornamento continuo e preparazione tecnica sia su tecniche e materiali classici sia sulle novità del mercato.

Abbiamo incontrato Nicola Quartarella, presidente del CdA e Direttore Commerciale.



Nicola Quartarella

TILE ITALIA: Nel periodo del lockdown e in quello immediatamente successivo, nel quale si è affermato l'home working, gli spazi abitativi hanno dovuto rispondere a nuove necessità. Vedete ora un ritorno alla "normalità" o la strada della commistione degli spazi è ormai tracciata?

NICOLA QUARTARELLA: Da quel periodo in poi, in un percorso che continua ancora oggi, **abbiamo esteso lo spazio espositivo dedicato all'outdoor**, perché abbiamo percepito la necessità, tra i clienti privati così come per le strutture ricettive, di veder esposti in maniera più importante **questo tipo di prodotti, che hanno bisogno dei loro spazi e vanno adeguatamente ambientati**.

Siamo riusciti a ricavare una **nuova area interna dedicata all'outdoor** collegata alla sala mostra, in modo da avere questa merceologia esposta 365 giorni l'anno. Dalle **superfici per gli esterni**, ai **prati sintetici, pergole, tende bioclimatiche**, sedie, divani, barbecue, parasole, **docce**: tutti elementi che ormai sono diventati parte integrante dei progetti dedicati agli esterni. Abbiamo notato che i clienti stanno cer-



cando di dedicare **più attenzione anche al balcone**, non solo a livello di arredamento ma anche di pavimentazione, con i **sistemi galleggianti**, modulari, flessibili alle diverse esigenze e semplici da posare.

Trattando l'edilizia a 360° promuoviamo questo tipo di sistemi con vari fornitori, come la Schlüter-Systems, per proporre un pacchetto completo.

TILE ITALIA: Siete coinvolti anche nella progettazione di strutture ricettive? Quanto incide il settore *hospitality* sul vostro fatturato?

N. QUARTARELLA: Grazie alla vicinanza con Matera, il canale del **turismo** sta avendo un bell'eco anche nella nostra zona. I numeri non si avvicinano ancora a quelli delle regioni settentrionali, ma si parla comunque di **un mercato che prima non esisteva**. Anche ad Altamura si stanno sviluppando situazioni fino ad

All'interno del vecchio deposito abbiamo ricavato uno spazio dedicato all'outdoor, dove il cliente può recarsi dopo la sua visita in showroom.

Lì si possono trovare, oltre a tutte le superfici per gli esterni, prati sintetici, pergole, tende da esterno, sedie, divani, barbecue, prendisole.

Abbiamo notato che i clienti stanno cercando di dedicare più attenzione anche al balcone.

oggi più inusuali, stiamo assistendo ad esempio alla nascita di vari **b&b luxury**, e ci capita sempre più spesso di arredare bagni completi con vasche idromassaggio particolari, minipiscine su misura, hammam, saune.

TILE ITALIA: Potete parlarci di una *case history* in questo settore?

N. QUARTARELLA: Interessante è il progetto **Villa GF**, struttura situata sulle pen-

dici del Monte Vulture (foto nelle prossime pagine. NDR).

Tema centrale dell'intero progetto è la continuità tra l'interno e l'esterno, garantita sia in termini visivi, tramite le finestre a tutto vetro, sia grazie ai **pavimenti e rivestimenti che scorrono senza apparenti interruzioni** dall'interno all'esterno dell'abitazione.

La selezione di un numero limitato di finiture calde e materiche, la ricerca di iconici elementi di arredo, hanno creato uno spazio ricercato ma confortevole, che permette a chi lo vive di ritrovare una dimensione intima e serena all'interno dell'abitazione.

Il **"nastro" del rivestimento laccato nero**, omaggio e rimando all'ossidiana tipica dei territori vulcanici, come una guida, accompagna i visitatori attraverso gli ambienti della zona giorno e della zona notte, passando dalla dimensione priva-

ta della vita familiare alla dimensione sociale e conviviale. La ricerca progettuale degli **architetti Fabio Sgaramella e Daniela Petrone**, si coniuga con il **basso impatto ambientale** dell'edificio, che si configura come un **Nearly Zero Emission Building (NZEB)**.

TILE ITALIA: Avete riscontrato una flessione nelle vendite visto il ritardo con cui sono state chiarite le sorti degli incentivi fiscali per il 2023? Se poteste fare una richiesta diretta al Governo, quali sarebbero le vostre proposte in merito?

N. QUARTARELLA: Per adesso no, non abbiamo riscontrato flessioni. **La proposta che vorrei fare al Governo è quella di spalmare in 6/8 anni gli incentivi fiscali. Interromperli bruscamente non è stata una scelta molto sensata.**

TILE ITALIA: Ci sono differenze generazionali nella vostra clientela? Cosa preferisce la clientela più giovane, sia in termini estetici sia di materiali, e cosa invece quella più adulta?

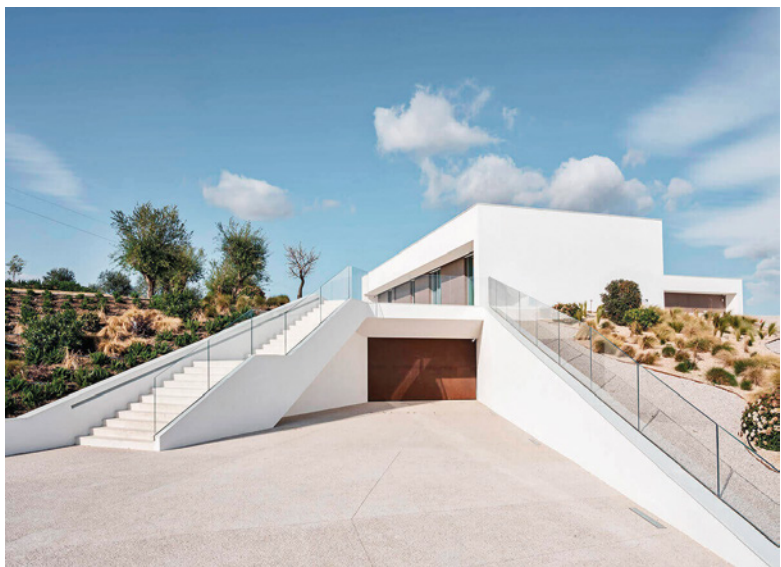
N. QUARTARELLA: I giovani di oggi sono più attenti alle nuove tendenze. C'è più interesse all'utilizzo delle **grandi lastre**, prima si cercava di stare un po' distanti da questo prodotto che era difficile da trasportare e da posare. I nostri clienti più giovani non si pongono limiti nell'utilizzo dei vari materiali. **C'è aper-**

tura nelle nuove generazioni alla conoscenza, all'informazione, anche sui prodotti edili.

TILE ITALIA: Che tipo di formazione offrite al vostro personale di sala mostra? E cosa manca, a vostro parere, nel mondo della formazione per venditori di showroom?

N. QUARTARELLA: La formazione per noi è un elemento distintivo. Abbiamo sempre creduto che possa essere quella leva sulla quale agire per poter continuare ad essere di riferimento sul mercato. I venditori, oltre alla formazione, in maniera costante partecipano anche a visite in azienda per confrontarsi, toccare con mano la realtà. **Formiamo su vendita, accoglienza, gestione del cliente, gestione del reclamo**, cercando di mantenere alto il loro livello in modo che il **cliente** si senta non solo accolto, ma **compreso a fondo nei suoi bisogni e nelle sue esigenze estetiche/funzionali.**

L'elemento essenziale e vincente è l'apporto delle nostre risorse umane. A dimostrazione di questo pensiero, c'è la testimonianza che nell'ultimo mese **abbiamo organizzato un calendario di incontri dedicati alla Psicologia dell'Abitare**, con un formatore-psicologo specializzato. A questi incontri ha partecipato tutto lo staff vendite, poiché riteniamo prioritario il lavoro



Uno showroom Assoposa, perchè?

TILE ITALIA: Come ha conosciuto Assoposa?

N. QUARTARELLA: In passato avevamo avuto contatti con l'associazione, e abbiamo poi deciso di aderire come showroom con l'avvento di Luca Berardo. Abbiamo temporeggiato per vedere come Assoposa poteva rispondere alle esigenze del mercato, e **siamo felici della scelta poi fatta e, anzi, stiamo facendo capire ai nostri posatori quanto sia importante associarsi:** improvvi-



sare in un settore particolare come la posa - soprattutto con l'avvento delle grandi lastre - rischia di diventare un serio problema per lo svolgimento della professione. Serve essere qualificati non solo per evitare contestazioni, ma anche per garantire un risultato eccellente.

TILE ITALIA: Perché ha deciso di diventare uno showroom associato ad Assoposa?

N. QUARTARELLA: **Volevamo garantire al cliente**

di squadra che si instaura fra cliente finale-professionista-venditore e che sviluppa sinergie virtuose.

TILE ITALIA: Che tipo di strategia *visual* utilizzate?

N. QUARTARELLA: La sala mostra è organizzata in varie aree che cambiano stagionalmente. In questo momento, come dicevo, il focus è sui prodotti da esterno. Poniamo attenzione sulla stagionalità del prodotto. In showroom abbiamo una settantina di box che permettono al cliente di conoscere le tendenze più attuali del mercato. Per quanto riguarda i rivestimenti, si va dal micro-formato alla lastra, mentre per i pavimenti va per la maggiore il formato in cm 120x120. Per le finiture lavoriamo soprattutto su quelle opache. L'effetto legno rimane, nonostante la sua età, un punto di riferimento. Per quanto riguarda i vinilici ancora le nostre zone sono indietro, non c'è una forte percezione del prodotto. Il parquet è un mercato che attira molto, per scelta aziendale portiamo avanti un profilo che si rivolge a un mercato medio alto, con aziende di produzione italiana che non fanno importazione.

TILE ITALIA: Che tipo di consulenza nella vendita offrite?

N. QUARTARELLA: Lavoriamo molto sulla relazione e professionalità. Contestualmente, cerchiamo di capire a fondo qua-

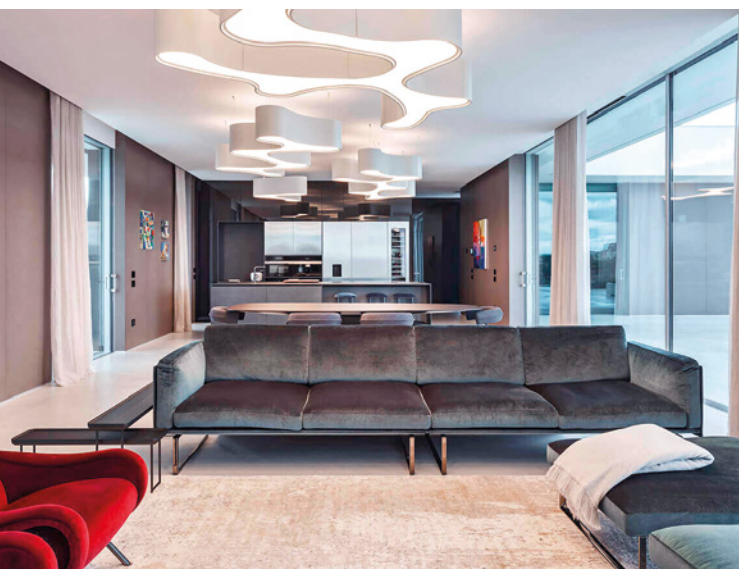
li siano i bisogni del cliente. Se necessario, proponiamo un **so-pralluogo** ed eventualmente mettiamo in campo il servizio di progettazione **render** che il cliente può visualizzare sia a monitor sia tramite stampe. Da parte dei venditori, insomma, c'è tutta la consulenza possibile. Essere sempre aggiornati su tutti i fonti non è però facile, anche perché ci sono infinite soluzioni sul mercato.

TILE ITALIA: Cosa vi aspettate dalle prossime fiere di settore, sia come novità di prodotto sia come servizi proposti dalle aziende produttrici per la rivendita?

N. QUARTARELLA: Al Cersaie abbiamo visto un po' di appiattimento, mentre dal Salone del Mobile abbiamo preso degli spunti interessanti. Già da un po' di tempo rifletto sul fatto che fare il Cersaie ogni anno sia difficile, perché anche i tempi di recepire le novità, di esporle, non è rapido. Spero che quest'anno si veda qualcosa di nuovo.

TILE ITALIA: Se aveste la bacchetta magica e nessun limite di budget, cosa accadrebbe alla vostra sala mostra?

N. QUARTARELLA: Potremmo adeguare gli spazi espositivi alle nuove tendenze, cambiando quasi quotidianamente la sala mostra. X



la possibilità di trovare non solo il prodotto più giusto, ma anche il personale qualificato per il montaggio.

Cerchiamo di portare avanti una **nuova cultura legata ai materiali**, spiegando come il mercato sia cambiato e come ci siano strumenti tecnici nuovi. Poi, c'è tutto l'aspetto legato all'assistenza o alla consulenza, e la gestione dei problemi legati al cantiere. Per questo motivo ci consultiamo anche tra associati, e cerchiamo di dare il nostro feedback al fine di contribuire all'obiettivo comune.

TILE ITALIA: Come riesce a trasmettere questi benefici al cliente finale?

N. QUARTARELLA: Spieghiamo che, al di là delle scelte estetiche, c'è un mondo che deve essere strutturato nel modo più opportuno affinché i materiali non presentino problemi. Cerchiamo di trasmettere al cliente una conoscenza complessiva del nostro operato, anche per quanto riguarda, per esempio, la fugatura e la pulizia, ed i prodotti specifici per la manutenzione. X