

TREND

Andamento di mercato Bimestre luglio-agosto 2009

Se il mercato premia il nuovo che avanza

a pag. 52

Illuminazione

Con prodotti di qualità e innovativi l'impresa diventa "faro" del mercato

a pag. 53

Scaricatori di sovratensioni

Un core-business da consolidare
"in sicurezza"

a pag. 54

Gruppi di continuità

Continuità nel lavoro e prodotti eco-oriented,
le opportunità di domani

a pag. 55

Sicurezza

Puntare sui settori di mercato
che erano della concorrenza

a pag. 56

MERCATO TOTALE

grossisti

vendite
in crescita



25%

vendite
stabili



36%

vendite
in calo



40%

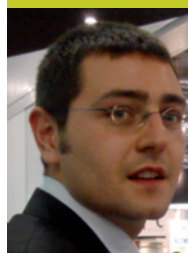
Risultato bimestre luglio/agosto 2009



Tiziano Baldo, marketing
manager Italy di GE
Lighting



Gianfranco D'Ippolito,
managing director
di CON.TRADE



Tommaso Paolino,
responsabile marketing &
communication Aros

Danilo Gribaudo,
direttore commerciale Gruppo Cia

BIMESTRE LUGLIO-AGOSTO 2009

Se il mercato premia il nuovo che avanza

Dai dati relativi al bimestre luglio-agosto emerge una tendenza piuttosto netta: i fatturati in rialzo sono quelli relativi ai comparti più innovativi

L'estate 2009 conferma a piene cifre il trend già delineatosi durante i mesi invernali: i settori che hanno "retto" il mercato elettrico sono quelli a più elevato tasso d'innovazione. Partendo dal dato generale, si nota che tra luglio ed agosto i fatturati sono cresciuti per il 25 per cento dei grossisti facenti parte del campione dell'inchiesta di Watt, diminuiti per il 39 per cento di essi e rimasti sostanzialmente invariati per il restante 36 per cento. Dunque, trend negativo per 4 distributori su 10, a fronte degli altri 6 che hanno respirato o visto incrementare il proprio giro d'affari.

Scendendo nel particolare, i numeri evidenziano nette differenze tra comparti. La migliore performance in assoluto

Prodotti maggiormente trattati dalla distribuzione

Quadri e Centralini	100%
Connessioni per uso civile	100%
Canalizzazioni	100%
Videosorveglianza e sicurezza	97%
Cavi e accessori	100%
Interruttori	100%
Connessioni per uso industriale	92%
Apparecchi di illuminazione	100%
Citofoni e videocitofoni	100%
Ventilazione e condizionatori d'aria	98%
Fotovoltaico	61%
Automazione industriale	86%
Domotica Building automation	88%

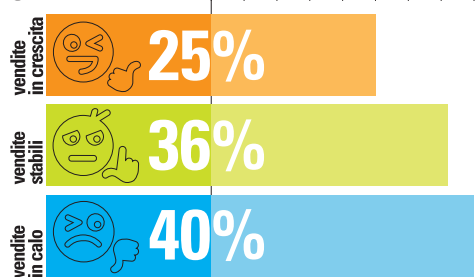
è del fotovoltaico: qui i ricavi sono in crescita nel 50 per cento dei casi, stabili nel 36 per cento e in calo solo per un residuo 14 per cento. Gli

altri campi in cui lo scarto tra fatturati in rialzo e in ribasso è positivo in termini percentuali sono ventilazione (9 per cento), domotica (4 per cento)

e videosorveglianza o sicurezza (2 per cento). A questi dati vanno contrapposti quelli relativi ai settori attualmente più in sofferenza. La maglia nera spetta alle connessioni per uso industriale, stimate in picchiata dal 63 per cento delle aziende interpellate: un andamento ben al di sotto della media complessiva, difficilmente compensabile dal 9 per cento di chi le dichiara in ripresa e dal 28 per cento di chi le ritiene invariate. Prospettive grigie anche per quadri e centralini, il gettito complessivo dei quali è calato del 56 per cento durante la stagione calda. Diviso in due il mercato dell'automazione industriale: fatturati giù del 49 per cento, stabili del 41 e in ascesa del 10 per cento.

MERCATO TOTALE

grossisti



Risultato bimestre luglio/agosto 2009

IL CAMPIONE DELL'INDAGINE

ALFIERI GIOVANNI & C. S.P.A., APRILE S.R.L., BARBACCIA MARIO TERNI SRL, BARCELLA ELETTROFORNITURE SPA, BI ESSE S.P.A., BUONO S.A.S. DI BUONO MARIA ANTONIETTA, C.E.T. CENTRO ELETTTRICO TERRADURA S.R.L., CA.M.EL. S.R.L., CARLI A. & C. SAS, CIME ELECTRO SERVICE SPA, CIOFFI RENATO SRL, COMET MARINI PANDOLFI S.P.A., COPPOLA MARIO SRL, COPPOLA VINCENZO SRL, DEI SRL, DEMA SRL, DESSY SRL, DI PIETRO SPA, DIMEL SRL, D'URZO DOMENICO DISTRIBUZIONE SRL, E.M.E. SAS DI SANTINI PAOLO & C., ELECTRA COMMERCIALE SPA, ELETTTRICA MORLACCO SPA, ELETTROZETA S.R.L., ELFOS SPA, F.E.E.I. 2 SRL, F.E.E.I. 3 SRL, F.E.E.I. SRL, F.LLI BELLENTANI SRL, F.LLI BORRELLI SNC, F.LLI SCARNATI SPA, FABB IIMOLA SRL, FERRI ELETTROFORNITURE S.R.L., FEVAL SRL, FO.EL. S.R.L., GAM COPPOLA SRL, GDT ELETTROFORNITURE SPA, GRUPPO ELETTRA SPA, I.M.E.F. SRL, L'ELETTRICA S.P.A., L'ELETTRICA SPA, LUCCIOLA SRL, M.E.A.R. SPA, MARCHE ELETTROFORNITURE AN SRL, MAZZI SONEPAR SPA, MEDEL-MEDITERRANEA ELETTTRICA SRL, MEP SPA, MICCONI VITALE SRL, NIFRA ELETTRO, INGROS SPA, OR.VE.ME. SRL, ORTOLOMO ELETTTRICITA' GENERALE SRL, PIETRO PESENTI KOVA S.R.L., RIMEP SPA, SELFOR MANTOVA SRL, SER EMILIA SRL, SMEA S.R.L., TFE SRL, VERONESI SRL

Tiziano Baldo, marketing manager Italy di GE Lighting

Con prodotti innovativi l'impresa diventa "faro" del mercato

"L'innovazione è alla base di ogni impresa che vuole essere protagonista nel mercato. Nei momenti più difficili, contribuisce a rafforzare l'immagine dell'azienda e resta una guida per gli operatori". Appare netta la linea d'azione seguita da GE Lighting nel primo semestre del 2009. "Senza, non può esserci futuro", spiega il marketing manager Tiziano Baldo, "e per questo abbiamo lanciato quattro linee di prodotto che nei prossimi mesi saranno affiancate da altre nuove". In particolare, i prodotti immessi di recente nel catalogo tengono conto dell'entrata in vigore della regolamentazione EUP che, seppur progressiva, impone scelte e strategie ben precise. "GE è fortemente impegnata nello sviluppo di sorgenti luminose ad alta efficienza energetica e miniaturizzazione, come le nuove lampade a fluorescen-

za compatta", evidenzia Baldo. "La nuova lampada a goccia, la "Energy Smart", sostituisce perfettamente l'attuale goccia ad incandescenza smerigliata che è fuori dal mercato già da settembre. Questa nuova lampada, interamente rivestita in vetro e coperta da ben sedici brevetti, ne rappresenta la vera alternativa". L'azienda è molto attiva anche sul fronte dell'illuminazione Led. "In parallelo siamo usciti con una gamma di sorgenti luminose direzionali a Led che ben si prestano ad una sostituzione diretta delle lampade ad incandescenza ed alogene. Ancora, è da menzionare un apparecchio per l'illuminazione pubblica stradale ed aree urbane, sempre a Led", aggiunge il responsabile marketing di GE Lighting. Ampliamento delle linee di prodotto per potenziare l'offerta in tempi oggettivamente non facili, ma



"L'innovazione è alla base di ogni impresa che vuole essere protagonista nel mercato. Nei momenti più difficili, contribuisce a rafforzare l'immagine dell'azienda e resta una guida per gli operatori"
Tiziano Baldo

con la crescente convinzione che il peggio sia ormai passato. "Tutti gli indicatori ed i forum organizzati dalle varie categorie sono ottimisti e ipotizzano una leggera miglione a partire dal secondo semestre del 2009, ma per parlare di una decisa ripresa, soprattutto nel settore edile che condiziona notevolmente anche il mercato elettrico, dovremo attendere almeno la metà del 2010", ipotizza Baldo. Che individua in due fattori le linee-guida per il domani. "Il futuro sta nell'efficienza energetica e nella riduzione dei costi di manutenzione. In queste i Led saranno i protagonisti sia come sorgenti che come sistemi luminosi: per quanto riguarda GE Lighting, il progetto più importante e ambizioso attualmente in fase di sviluppo è l' Oled (Organic Led) di cui certamente si sentirà parlare molto a tempo debito".



Gianfranco D'Ippolito, Managing Director di CON.TRADE®

Un core-business da consolidare "in sicurezza"

Nel primo semestre 2009 c'è chi ha sofferto di più e chi meno. Il mercato degli scaricatori di sovratensione, dal suo canto, si è stabilizzato. "Potremmo definirlo un mercato nel 'limbo' in attesa degli eventi", dice Gianfranco D'Ippolito, Managing Director di CON.TRADE®. "In passato l'andamento in controtendenza di questi prodotti non è sfuggito alle aziende che hanno intravisto un'opportunità da non perdere e, infatti, oggi troviamo scaricatori in numerosi cataloghi. Ma di fatto non è aumentata l'offerta bensì la confusione; gli specialisti erano e restano sempre gli stessi. Gli uffici acquisti dei vari distributori sono sempre più in difficoltà nell'orientare le proprie scelte e nel definire le strategie", prosegue. In un quadro così complesso, non resta che affidarsi alla prospettiva di crescita che anima chiunque faccia impresa.

"Questo momento di transizione serve per tutte quelle attività che in tempi normali non si riescono a fare. Ossia verificare qual è il core business della propria azienda ed investire per consolidarlo. Diversificazione non è una cattiva strategia, ma non è questo il momento per farla", osserva D'Ippolito. L'ultimo arrivo in casa CON.TRADE® è una protezione da sovratensioni per i circuiti di trasmissione dati e per il cablaggio strutturato in categoria 6. Lo scaricatore CON.TRADE S-S 1/6 offre una buona protezione quanto a capacità di scarica e livello di protezione, "ma il suo vero punto di forza è la semplice connettività che rende facile ogni intervento sia in impianti nuovi sia in occasione di manutenzioni importanti", spiega D'Ippolito, evidenziando quanto sia importante proteggere il sistema informatico di qual-

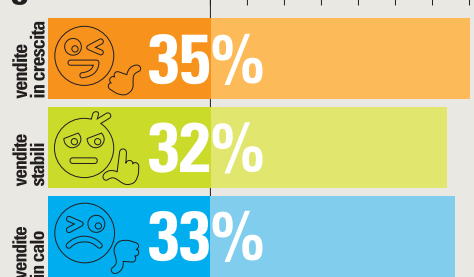
siasi azienda onde garantirne la continuità d'esercizio: "Si investe in UPS, gruppi elettrogeni e soccorritori, ma spesso ci si dimentica che la rete dati è la parte più esposta e sensibile alle insidie delle interferenze elettromagnetiche e tra esse i fulmini sono la sorgente più pericolosa". Protezione assicurata, dunque, ed al giusto prezzo. "Chi pensa di fare business con prodotti low cost, sostenendo che questo è quanto richiede il mercato, rimarrà deluso", ammonisce D'Ippolito. "CON.TRADE® sta lavorando alacremente per predisporre i suoi SPD alle nuove normative che vedranno la luce nel 2010. Siamo in fase avanzata di sviluppo di un nuovo SPD che costituirà il nuovo riferimento per il mercato ed il nuovo anno sarà senz'altro di novità e di sfide, difficilissime ed allo stesso tempo entusiasmanti".



"Oggi troviamo scaricatori di sovratensione in numerosi cataloghi. Ma di fatto non è aumentata l'offerta, bensì la confusione"
Gianfranco D'Ippolito

VIDEOSORVEGLIANZA E SICUREZZA

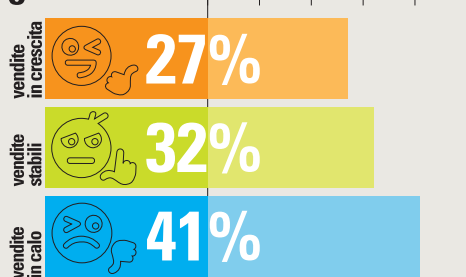
grossisti



Risultato bimestre luglio/agosto 2009

CAVI E ACCESSORI

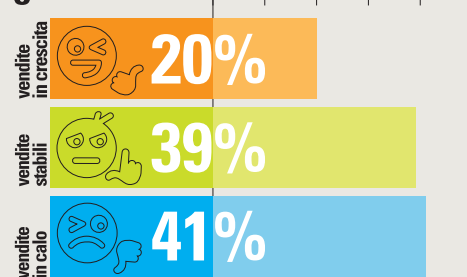
grossisti



Risultato bimestre luglio/agosto 2009

INTERRUTTORI

grossisti



Risultato bimestre luglio/agosto 2009

Tommaso Paolino, responsabile marketing & communication Aros Coi prodotti eco-oriented si pensa già al domani

“Il mercato elettrico è soggetto alle condizioni generali dell'economia e non può seguire una direzione diversa. Ciononostante, ci siamo stabilizzati su presupposti che saranno la base per una ripresa del mercato e ci confortano gli incoraggianti segnali provenienti dalla nostra clientela”. Tommaso Paolino, responsabile marketing e comunicazione di Aros, focalizza così l'attuale momento della società che opera nella produzione di gruppi statici di continuità, che anche in un contesto di oggettiva difficoltà ha scelto di cogliere con equilibrio ogni opportunità possibile. “Il messaggio che da sempre vogliamo trasmettere è di fiducia in noi e nel sistema”, continua Paolino, “e insieme ai nostri clienti usciranno da questo momento che con-

durrà senz'altro ad una nuova epoca per il settore: il nostro motto è 'continuità', allo scopo di creare l'opportunità del domani”. Questa propensione verso il futuro si traduce in due linee-guida. Gli ultimi nati in casa Aros, per esempio, sono i modelli Flexus 100-120 kVA, evoluzione di una affermata famiglia di UPS progettata con una filosofia eco-compatibile volta a ottimizzare efficienza e risparmio energetico. “Grazie al sistema di gestione delle batterie concepito per allungarne la vita e per ridurre il consumo, alla bassa distorsione armonica dello stadio di ingresso (THDi <3%) e al sistema “Smart Mode” nel quale l'UPS sceglie la modalità di funzionamento ottimale, gli UPS Flexus consentono un'efficienza ai vertici del settore con una sostanziale ridu-

zione degli sprechi energetici e conseguentemente con un risparmio in termini economici sui costi di esercizio dell'impianto”, spiega il responsabile marketing della società milanese, di cui è anche nota la sensibilità nei confronti delle tematiche ambientali. “Sforzi ed investimenti sono orientati verso prodotti sempre più eco-oriented, su modelli di media e grossa potenza che debutteranno nei primi mesi del 2010”, annuncia Paolino. “A breve termine invece, sono previste numerose novità sugli UPS rivolti alle piccole utenze (mercato SoHo), con modelli Line Interactive ed Online dalle soluzioni di comunicazione elevate, alte prestazioni, versatili ed in grado di inserirsi nei più diversi ambienti di installazione grazie ad ingombri ridotti e design accattivanti”.

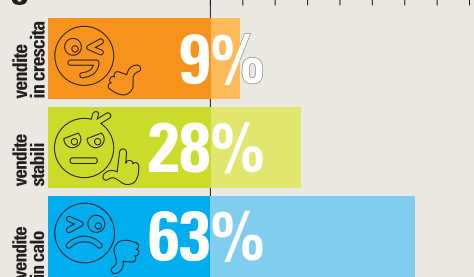


“Ci siamo stabilizzati su presupposti che saranno la base per una ripresa del mercato e ci confortano gli incoraggianti segnali provenienti dalla nostra clientela”

Tommaso Paolino

CONNESSIONI PER USO INDUSTRIALE

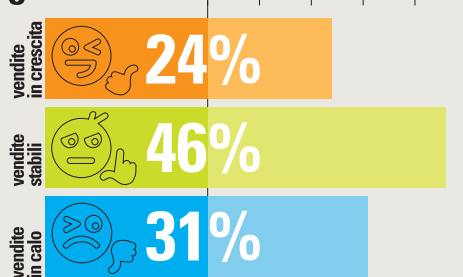
grossisti



Risultato bimestre luglio/agosto 2009

CITOFONI E VIDEOCITOFONI

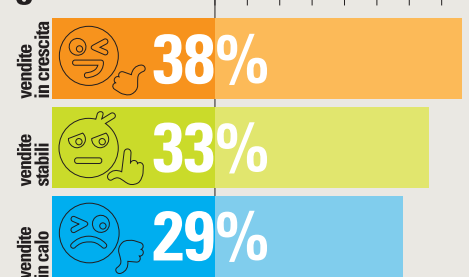
grossisti



Risultato bimestre luglio/agosto 2009

VENTILAZIONE E CONDIZIONATORI D'ARIA

grossisti



Risultato bimestre luglio/agosto 2009

Danilo Gribaudo, direttore commerciale Gruppo Cia

Puntare sui settori di mercato che erano della concorrenza

“È sicuramente prematuro parlare di ripresa del mercato: il settore elettrico ha fatto registrare una flessione che difficilmente sarà colmata nel resto del 2009.

La sicurezza, che costituisce il nostro specifico settore operativo, non ha realizzato le stesse cifre di decremento del materiale elettrico. Ma per effetto della crisi ha comunque subito le conseguenze del calo”.

Danilo Gribaudo - direttore commerciale del Gruppo Cia - inquadra così il momento attuale e mette in guardia dai facili entusiasmi.

Quelli che sembrano dei segnali positivi, in altri termini, possono essere in realtà dei semplici assestamenti.

“A questo si aggiungono altre difficoltà: la scarsa solvibilità

degli operatori, quelli che ne approfittano, sebbene esistano da sempre, la tendenza delle banche a concedere meno credito e, non da ultimo, il fattore mediatico che sicuramente non favorisce la ripresa”.

Fatte queste premesse, non mancano tuttavia indicazioni sulle strade alternative da percorrere.

Gribaudo le individua in “fette di mercato fino ad oggi ad appannaggio della concorrenza”, che potranno essere conquistate “approfittando della solidità dell'azienda, che ha saputo prevedere con un sufficiente margine d'anticipo quello che sarebbe potuto accadere”.

Dunque, allargare la propria offerta, puntare su nuovi prodotti e potenziare la gamma

“Investire ed essere pronti con nuovi prodotti e relative azioni di marketing significa salvaguardare la solidità dell'azienda”

Danilo Gribaudo

di quelli già esistenti: il percorso è pressoché delineato e, in qualche modo, obbligato. “Affrontare in questo modo il momento attuale significa salvaguardare la solidità dell'azienda”, continua il direttore commerciale della società partenopea.

“E' necessario investire ed essere pronti con nuovi prodotti e relative azioni di marketing, poi la ripresa arriverà. Non a caso, siamo in continuo fermento con soluzioni sempre più all'avanguardia”.

Tra gli ultimi ritrovati messi in catalogo, la nuova serie XM che unisce il sistema di antintrusione all'impianto di televisione a circuito chiuso, e sistemi di domotica completamente gestibili da remoto.

