



Bellezza discreta

È quella delle soluzioni **Eurocassonetto** che reinterpretano il concetto del **controtelaio a scomparsa** secondo una declinazione improntata alle più moderne tendenze **del design**. Senza dimenticare la **praticità di installazione**.

Nasce a Favara (Ag) nel 1973 come azienda produttrice di infissi per il pubblico, il privato e le imprese. E in quasi quarant'anni di attività la ditta Fratelli Marotta è rimasta il comune denominatore fra mode, innovazioni, materiali e tecnologie relative al serramento. Dagli anni del boom economico e del miracolo italiano, passando per quelli dello sviluppo dell'edilizia, ai nostri giorni, fatti di internet e di globalizzazione. L'azienda diventa così un punto di riferimento per il mercato: diventa fornitrice di prodotti finiti, di materie prime, di semilavorati per le altre aziende locali a livello provinciale e oltre. Gli anni della crisi nazionale registrati dalla metà degli anni Novanta hanno rappresentato per l'azienda una fase decisiva. L'analisi del mercato di allora, infatti, non faceva affatto prospettare nulla di positivo, o quanto meno di sufficientemente positivo, per giustificare l'esclusiva limitazione da parte dell'azienda alla sola lavorazione degli infissi in alluminio a livello locale. Giocando in anticipo sulle tendenze e sulle mode in atto in ambito costruttivo, la Fratelli Marotta si è orientata verso la realizzazione di una nuova linea produttiva che, lentamente, ha permesso lo sviluppo e l'affermazione di un nuovo core business: quello relativo a Eurocassonetto, il controtelaio per porte a scomparsa. Gli anni che vanno dal 2000 al 2007 sono stati quelli della lenta, ma profonda conquista del mercato. Ma l'anno dell'apertura al mercato nazionale è il 2007: è l'anno che segna la trasformazione della società da Fratelli Marotta Snc in Fratelli Marotta Srl e l'acquisizione della società da parte dei nuovi soci, Antonio e Salvatore Marotta. I due fratelli, spinti dall'entusiasmo e dai forti e positivi riscontri ottenuti dal prodotto, indirizzano sin da subito l'azienda verso nuovi orizzonti commerciali, di marketing e di comunicazione che ben presto permetteranno al marchio di essere introdotto e conosciuto sia sul territorio nazionale, che sul mercato estero. Da qui nasce un periodo, che arriva fino ai nostri giorni, fatto di una continua ricerca e sviluppo: attenzione alla qualità e alla manifattura dei prodotti, alla cura dei dettagli riguardanti l'accessoristica dei vari prodotti, alla posa del controtelaio e degli elementi a corredo dello stesso (porta, coprifili, ecc.), alla diversificazione e alla più ampia disponibilità del prodotto nelle varie versioni e modelli. In questo senso si spiegano gli investimenti rivolti non solo alla linea di controtelai per interni, ma anche alla meno diffusa, ma indubbiamente non meno interessante, linea di controtelai per sistemi scorrevoli a scomparsa per esterni.

Controtelaio per esterni con alzante scorrevole più grata di sicurezza.



Frameless
Eurocassonetto.

La comunicazione

L'impegno dell'azienda oggi è quello non solo di fornire prodotti all'avanguardia, certificati dai migliori enti certificatori del settore, ma anche quello di studiare, proporre e suggerire sempre soluzioni migliorative nell'ambito progettuale delle costruzioni. Ecco in questo senso gli investimenti pubblicitari e formativi (presenza sulle migliori riviste di settore, partecipazione a fiere, meeting, convegni, open week) aventi come finalità la divulgazione di quante più informazioni possibili ai responsabili del settore (falegnami, serramentisti, rivenditori, responsabili di show room, ingegneri, architetti). Non meno interessanti, infine, sono le operazioni di co-marketing che mirano ad affiliare e ad intrecciare rapporti di collaborazione e partenariato coi clienti: un'operazione di comunicazione molto ampia che attraverso vari canali e mezzi (il giornale aziendale, come anche le newsletter) servono a far entrare i clienti nel "clima aziendale" di Eurocassonetto.

La partnership con le rivendite

È divenuto negli anni sempre più stretto il rapporto fra l'azienda e la distribuzione edile, segno di una relazione fruttuosa per entrambe le parti. "Non a caso", confermano Antonio e Salvatore Marotta, "la rivendita genera oggi

circa l'85% del nostro fatturato. La fornitura diretta non rientra infatti nei nostri canali distributivi, perché anche in caso di contatti diretti con l'impresa, per una precisa scelta di collaborazione e fidelizzazione dei distributori edili, segnaliamo la richiesta al rivenditore competente". Un rapporto solido, quindi, fatto anche di una intensa collaborazione a tutti i livelli e sotto tutti gli aspetti: "i servizi rivolti all'installatore e all'impresa", confermano i fratelli Marotta, "che veicoliamo anche attraverso i rivenditori, sono improntati a un concetto ben preciso, che è quello della massima semplificazione delle operazioni di posa sia del controtelaio che della porta. Ciò grazie soprattutto ad alcune scelte produttive ben precise, in particolare sull'accessoristica, alla sostituzione della ferramenta con sistemi a incastro, a soluzioni come il montaggio autocentrante della porta. Il tutto per soddisfare una richiesta che, nel canale delle rivendite, tende a privilegiare soprattutto le versioni ad anta semplice, in particolare nelle misure da 70 e 90 cm. Parallelamente, un notevole sviluppo sta registrando il mercato di soluzioni più particolari come quello delle versioni destinate all'installazione su pareti in cartongesso, così come i modelli filo muro, senza coprifili, che incontrano una tendenza estetica oggi sicuramente in crescita". Una domanda esigente, quindi, che l'azienda

Showroom.



affronta promuovendo il prodotto attraverso strumenti avanzati: "accanto ai supporti e alla consulenza tecnica", confermano i fratelli Marotta, "abbiamo proprio quest'anno varato una serie di iniziative di marketing mirate, fra cui la creazione di un magazine trimestrale all'interno del quale offriamo spazi promozionali ai rivenditori partner. Ultima e più recente iniziativa è la creazione di un'area intranet all'interno della quale il cliente potrà verificare la disponibilità dei prodotti, navigare all'interno dei propri ordini e inserire eventuali modifiche". ■