

quale ha parlato dell'importanza del gioco di squadra per ritornare a crescere e a raggiungere nuove importanti mete in termini di fatturato. La parola è successivamente passata a **Michele Sforza**, responsabile supervisor del mercato del Sud-Europa per il Gruppo Hörmann, che ha messo in evidenza i dati positivi che hanno contraddistinto l'azienda nel mondo: il sostanziale mantenimento del numero di collaboratori ed agenti; gli investimenti destinati all'ampliamento interno ed all'innovazione tecnologica delle sedi tedesche; infine l'espansione in ulteriori mercati (con un nuovo stabilimento produttivo in Cina e due ulteriori filiali in Brasile e Grecia). **Edoardo Rispoli**, direttore commerciale della filiale italiana, ha tracciato i risultati raggiunti dall'azienda nel 2009 nonché gli obiettivi delineati per il 2010.

«La situazione di mercato in cui ci troviamo ad operare non è certo favorevole - ha premesso alla platea di agenti - ; com'è stato nel 2009, anche nel 2010 continueremo a perseguire un ampliamento della notorietà e della forza del marchio Hörmann, obiettivo conseguibile se cogliamo le opportunità che la crisi ci offre. È necessario evolvere il nostro approccio al mercato investendo ancora maggiormente in innovazione e formazione e continuando a divulgare l'elevata qualità dei servizi oltre che del prodotto Hörmann. Nel corso

Segue a pagina 28

Successo gioco di squadra rilanciato da meeting

Un forte spirito di gruppo e un deciso impegno ad accelerare la ripresa di un settore che dal 2008 sta attraversando un periodo davvero critico: questo ciò che è emerso lo scorso 22 gennaio durante l'annuale meeting agenti **Hörmann Italia**, cui quest'anno ha preso parte una cresciuta e rafforzata forza vendita, proveniente da ogni parte d'Italia.

A dare il benvenuto non poteva che essere l'A. D. **Stefano Tuccio** (nell'immagine a pag. 32) - alla guida della filiale italiana del gruppo dal 2008 - il

degli anni – ha proseguito Rispoli - abbiamo destinato ingenti risorse all'aggiornamento professionale della nostra rete vendita; il presidio territoriale capillare e la presenza crescente alle fiere locali oltre che la partecipazione alle consuete vetrine di Torino, Bolzano, Roma, Bari e Catania hanno portato ad un incremento di visibilità del marchio e ad un ulteriore riconoscimento dei valori Hörmann da parte del mercato. Puntiamo a rafforzare ulteriormente la nostra presenza perché grazie a tale organizzazione potremo raggiungere nuove aree non ancora sature, dove la nasci-

tografico promosso da Hörmann Italia e la seconda invece correlata al fatturato conseguito dagli agenti nel corso dell'anno.



ta di interessanti sinergie permetterà in futuro di assicurarsi significative opportunità di mercato». Dopo un intervento dedicato alla nuova gestione del recupero crediti ed uno al post-vendita, in cui si è trattata peculiarmente l'importanza di collaborare con una rete di installatori di fiducia, ad appassionare la forza vendita presente in sala sono state due esclusive premiazioni: la prima legata al concorso fo-