



È DI MARMO LA STRADA PER L'ORIENTE

Il dietro le quinte di un export di successo in un settore tutt'altro che semplice. Anna Scancella spiega l'interesse riscosso dal marmo Orosei Daino in Cina e India

«I nostri fattori di successo, soprattutto in mercati difficili per distanza fisica e livello di competitività, sono dovuti innanzitutto alla creazione, quindi allo sviluppo e ottimizzazione delle relazioni commerciali. Relazioni commerciali che prendono il via dalla comprensione dei bisogni dei nostri clienti, ponendo al centro dell'attenzione i loro desideri, e integrandoli con la strategia societaria, i prodotti, le persone e la tecnologia. L'obiettivo non è più quello di conquistare nuovi clienti. Si tratta di realizzare una personalizzazione dell'azione di vendita, basandola su un'approfondita conoscenza, reciproca e personale, dei maggiori clienti che operano sui mercati dell'Estremo Oriente».

Anna Scancella, alla guida insieme al marito Giovanni Buonfigli e ai figli Marco e Luca della società La Quadrifoglio Marmi e delle altre aziende di BS Quarries Group, descrive così l'organizzazione aziendale che ha saputo costruire e sviluppare, consolidando nel tempo la capacità di offrire con successo soluzioni all'avanguardia anche nei mercati dell'Estremo Oriente. La Marmi Scancella, l'azienda storica fondata dal padre Cav. Vincenzo cinquant'anni fa nel settore delle cave e del marmo Orosei Daino

LA COMPETITIVITÀ
DEI NOSTRI PRODOTTI
STA NELLA
**DISPONIBILITÀ
DIRETTA**
DEGLI STABILIMENTI
PRODUTTIVI
E DELLE CAVE



↑ Anna Scancella con il marito Giovanni Buonfigli nella sede di Verona

www.bsquarries.com

in particolare, si è sempre distinta per l'attenzione ai rapporti con i propri clienti. «La presenza diretta è imprescindibile – dice Scancella –, ed i rapporti umani sono decisivi. I clienti vogliono il contatto diretto, i prodotti vanno interpretati, così com'è necessario interpretare le esigenze. La competitività dei nostri prodotti deriva dalla disponibilità diretta degli stabilimenti produttivi e delle stesse cave di estrazione. Questo permette a tutte le aziende del gruppo di garantire l'eccellenza del prodotto anche per ordinativi di grandi quantità. L'esperienza e la storicità dell'attività sono senza dubbio alla base della nostra offerta che non si limita alla fornitura ma che può assistere il cliente attraverso consulenze personalizzate».

L'INTERNAZIONALIZZAZIONE

I mercati esteri più importanti per BS Quarries Group, che comprende La Quadrifoglio Marmi, Marmi Scancella e Simg (Sardo Italiana Marmi e Graniti), sono quello cinese, indiano e mediorientale. «India e Cina rappresentano la fetta maggiore – spiega Scancella –, paesi in cui abbiamo ottenuto una posizione eccellente, grazie anche alla presenza in occasione delle più importanti manifestazioni fieristiche del settore che rimangono sempre un punto d'incontro con clienti storici e nuovi». I primi approcci ai mercati stranieri risalgono ai primi anni novanta. «BS Quarries Group – dice la titolare dell'azienda – è la realtà d'impresa più recente della famiglia Buonfigli Scancella e si può dire che sia nato con il preciso obiettivo dei mer-



82%

Export

La quota calcolata sul fatturato complessivo di BS Quarrysar Group Srl rispetto al bilancio relativo al 2012

cati esteri, oltre che per rendere sinergiche le tre aziende articolandone le strategie».

Scancellata torna sull'importanza del rapporto diretto. «La strategia è di invitarli a visitare le sedi estrattive. I nostri clienti stranieri più importanti decidono solo in loco quale materiale acquistare. La visione diretta all'interno del giacimento permette, infatti, al cliente non solo di toccare con mano la qualità del prodotto ma anche di capire quale tra le diverse tipologie di Orosei Daino faccia al caso suo». In virtù della propria filosofia d'azione, la famiglia Scancellata-Buonfigli investe con convinzione nelle fiere internazionali, considerandole tappe fondamentali per sviluppare la propria immagine di azienda e di prodotto: «La preparazione alle fiere è piuttosto impegnativa. Da qualche anno abbiamo intrapreso un percorso di comunicazione che è focalizzato sulla presenza distintiva alle fiere. C'è una forte ricerca che va verso una presentazione originale, potremmo dire identificante, non solo del prodotto ma anche delle sedi estrattive».

IL MARMO OROSEI DAINO

Secondo Anna Scancellata i punti di forza del marmo di Orosei sono l'unicità, che deriva dalla sua stretta localizzazione e dalle sue caratteristiche specifiche. «Ad esempio – spiega –, la qualità cromatica, particolarmente apprezzata da designer e architetti per il particolare tono di beige, insieme caldo e neutro, che valorizza i più disparati abbinamenti cromatici, la durezza e la resistenza, che ne consentono applicazioni per interni, esterni, sculture e per l'arredo urbano. Altri punti di forza del prodotto sono la sua articolazione in diverse tipologie, diverse per texture ma cromaticamente omogenee. Più in sintesi, il marmo di Orosei si distingue per la molteplicità di soluzioni ottenibili da un unico prodotto».

Poi la titolare di BS Quarrysar Group passa a descrivere il target e la tipologia di clienti che più frequentemente richiedono il marmo Orosei Daino. «Se i numeri maggiori provengono dal settore delle costruzioni edili, i risultati più importanti e impegnativi sono conseguenti a forniture richieste direttamente dagli architetti e dai designer: le Galeries Lafayette di Parigi, i negozi Tata India, il Golf Club



PER LE FIERE
ABBIAMO CREATO
UNA **PRESENTAZIONE**
ORIGINALE, NON SOLO
DEL PRODOTTO
MA ANCHE DELLE
SEDI ESTRATTIVE

di Singapore. In Sardegna, progetti di notevole spessore sono il Credito Industriale Sardo di Renzo Piano e il Campus Tiscali di Arassati, entrambi realizzati a Cagliari. Altri ancora, a Roma, la Cappella della Santa Famiglia nel santuario del Divino Amore, a Milano, il piazzale del San Raffaele, con vasca e sculture del Buon Samaritano realizzate dall'artista Carmelo Lizzio, a Castelfidardo, la Parrocchia SS Annunziata».

Tra gli investimenti recenti più indicativi c'è la Quadrifoglio Marmi, sede veronese del gruppo. «Rappresenta una tappa decisiva nell'evoluzione della nostra attività, strategica, per l'importanza di Verona nel mercato mondiale del marmo. Da qui, abbiamo potuto ottimizzare il lavoro delle aziende di Orosei e conquistare una posizione adeguata alla qualità del prodotto spiega Anna Scancellata, che ci accompagna a scoprire le meraviglie di questo materiale. Infatti qui tutti i rivestimenti e le soluzioni architettoniche sono realizzati in Orosei Daino».

La comunicazione è un aspetto che il gruppo non poteva tralasciare. «Uno degli investimenti recenti più importanti di BS Quarrysar Group è l'allestimento del nuovo showroom proprio presso la sede di Pastrengo in provincia di Verona. In linea con una filosofia orientata a valorizzare il materiale come prodotto e come stile, la sala espositiva è stata progettata come uno spazio che rappresenta nuove

interpretazioni del marmo Orosei Daino, suggestioni di come questo materiale possa essere funzionale alla realizzazione di stili d'arredo e di design del tutto diversi».

Nonostante la crisi si faccia sentire Scancellata e Buonfigli non sono stati costretti a licenziare né mettere in cassa integrazione il personale. «Anzi, dopo attenta valutazione, abbiamo dato il via a investimenti in nuovi macchinari, istruendo e riconvertendo le maestranze in altre mansioni. Così abbiamo potuto aumentare le produzioni e incrementare le vendite in Cina e India, mercati le cui richieste sono in aumento. Le scelte si sono rivelate vincenti». **RM**