

TUBIFOR

TUBIFOR di Antonio Fortunati

Via Duca degli Abruzzi 36 - 84032 Padula (Sa)
telefono 0975 91682 - telefax 0975 91356
e-mail: moreinfo@tubifor.it - www.tubifor.it

STORIA DI UN SUCCESSO COSTANTE

Tubifor nasce nel 1980 da un progetto di Antonio Fortunati che, con il fratello Franco, fondò in Campania, in provincia di Salerno, un'azienda specializzata nella costruzione di canalizzazioni isolanti per impianti elettrici. **Tubifor** estese la produzione, passando dalle due linee iniziali per la produzione del tubo pieghevole alle linee per tubo rigido e per canaline. Il processo di crescita, da 25 anni a questa parte, non si è arrestato: **Tubifor** continua ad ampliare le gamme di prodotti offerti e ad incrementare la capacità produttiva, con significativi investimenti per la ricerca e l'innovazione. Oggi l'azienda conta 29 collaboratori.

Queste le tappe fondamentali:

1986: In questo anno l'azienda ottiene - prima azienda meridionale del comparto - la certificazione IMQ su tutti i prodotti, portandola a compiere un significativo salto di qualità.

1993: **Tubifor** partecipa per la prima volta alla Fiera Intel di Milano, in veste di azienda maturata e con orizzonti proiettati ben oltre l'ambito locale e delle regioni limitrofe (Lazio, Calabria, Basilicata, Sicilia).

1996: l'azienda acquista un fabbricato più grande e vi trasferisce tutta l'attività; viene installato un impianto di stoccaggio e distribuzione di materie prime *dry-blend*, per produrre anche tubi e canali da resine di PVC. **Tubifor** ottiene la prima certificazione del Sistema Qualità Aziendale ISO 9002

(ISO 9001:2000 Vision). Viene estesa la rete commerciale di agenzie a tutto il territorio nazionale. L'azienda ha salde radici nella provincia di Salerno: a Buonabitacolo vi è l'unica sede produttiva, mentre la sede legale è a Padula.

COMPETENZA, QUALITÀ, PROFESSIONALITÀ

Il fatturato totale di **Tubifor** è di 10 milioni di euro, di cui il 45% all'export. Da 10 anni la crescita annua media è del 10%, a dimostrazione che le strategie aziendali adottate nei processi produttivi, nella vendita e nell'attenzione al servizio e alla clientela sono corrette. L'organizzazione commerciale in Italia è costituita da una rete di agenti - uno per regione - che si interfacciano con il canale della distribuzione di materiale elettrico. **Tubifor** è anche presente nei Paesi europei, Bacino Mediterraneo e Medio Oriente. Nei mercati stranieri più strategici è operativa un'agenzia di rappresentanza, per assicurare un miglior contatto con la clientela locale. **Tubifor** investe costantemente nella ricerca e sviluppo su nuovi materiali, con l'obiettivo di migliorare le performance dei prodotti, in linea con le esigenze di tutela ambientale e dedica grande attenzione ai processi produttivi ed all'innovazione tecnologica. L'azienda è dotata di un parco macchine aggiornatissimo, con linee di produzione molto veloci, che garantiscono prodotti affidabili e tecnologicamente avanzati.

Tubifor si pone al mercato con competenza e professionalità. La partecipazione alle principali fiere di settore in Italia (Intel e Mediel) ed all'estero (Francoforte, Mosca, Cairo, Dubai, Madrid e Parigi) è orientata alla costante ricerca della qualità, professionalità e soddisfazione del cliente. In questa ottica il personale dell'azienda viene costantemente aggiornato attraverso

corsi e incontri, rivolti ai responsabili dei diversi settori, dalla produzione al marketing, all'amministrazione.



GLI ORDINI VIAGGIANO ANCHE ONLINE

Per garantire un servizio di qualità al cliente, **Tubifor** attribuisce grande valore agli strumenti informatici: la possibilità di interfacciarsi con l'azienda in tempo reale sta diventando sempre più una precisa esigenza dei clienti. Consapevole dell'importanza strategica del supporto informatico, **Tubifor** sta approntando nel proprio sito internet una sezione dedicata al commercio online dei prodotti. Ai clienti verrà rilasciata una password, che permetterà di effettuare tutte le operazioni legate all'acquisto prodotti: si potranno fare ordini in qualsiasi momento e si potranno seguire tutte le varie fasi di evasione dell'ordine, dal momento dell'inserimento fino alla consegna. L'utente potrà collegarsi al sito in qualsiasi momento e verificare lo stato degli ordini e della merce disponibile. La stessa modalità verrà riservata alle agenzie, che potranno disporre in ogni momento di tutte le informazioni necessarie per la trasmissione delle commesse e per la verifica dello stato degli ordini di tutti i loro clienti.



TUBI, CANALINE E ACCESSORI: UN' OFFERTA COMPLETA

L'offerta di Tubifor per le canalizzazioni isolanti per impianti elettrici è completa ed è composta dalla gamma di tubi pieghevoli, i sistemi di tubi rigidi, le canaline, le guaine e tutti gli accessori. Da due anni vengono prodotti anche i tubi per linee cavi interrati, a doppio strato di medio diametro (da 40 a 200 millimetri), che trovano impiego principalmente per l'illuminazione pubblica, impianti esterni sottotraccia, trasporto di cavi elettrici e comunicazione. Il prodotto Tubifor di maggior successo in Italia è il tubo pieghevole in PVC, mentre all'estero vengono utilizzati prevalentemente prodotti fabbricati con materiali diversi dal PVC. Nell'impiego dei tubi pieghevoli, in particolare, viene riservata grande attenzione all'utilizzo di materiali con elevate caratteristiche di resistenza meccanica e dielettrica, costituiti da componenti a bassa emissione di sostanze tossiche e a basso contenuto di alogeni. Tra le novità recentemente introdotte da Tubifor vi sono i **minicanali per impianti civili** e una **nuova serie di accessori a tenuta stagna** con grado di protezione IP67 per impianti esterni, sia civili che industriali. I minicanali si distinguono per il processo di produzione, che è stato brevettato sulla base delle esigenze dell'azienda, mentre la serie di accessori a tenuta stagna IP67 è composta da tre pezzi ed è realizzata con materiali diversi da quelli generalmente impiegati sul mercato, che garantiscono prestazioni speciali, quale la tenuta delle guarnizioni in qualsiasi situazione.

POTENZIARE LA PRODUZIONE PER FAVORIRE IL CLIENTE

Tubifor prosegue nella sua politica di investimenti e di implementazione della capacità produttiva, per far fronte alle crescenti richieste da parte della clientela. Uno degli obiettivi ambiziosi che verranno realizzati a breve termi-



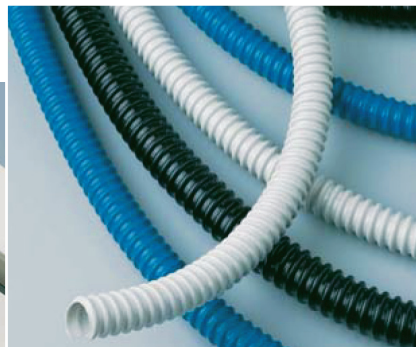
ne è l'ampliamento dello stabilimento: entro la fine del prossimo anno verrà incrementata di ulteriori 3.000 mq la superficie destinata alla produzione. Verrà inoltre realizzato un nuovo magazzino semi-automatizzato, progettato per rendere ancora più efficienti le già tempestive operazioni di evasione dell'ordine (attualmente richiedono circa sette giorni dalla conferma dell'ordine). Il magazzino, che sarà ubicato in un'area separata dall'area produttiva vera e propria, risponde anche alle necessità di ottimizzazione degli spazi e permetterà di aumentare le scorte a disposizione dei clienti (i distributori), che tendono sempre più a diminuire le proprie giacenze nel magazzino.



GUERRA DEI PREZZI: E IL MERCATO?

E proprio questa tendenza esprime la difficile situazione del mercato italiano, che è in fase di stagnazione da qualche anno. Nonostante il costante aumento dei costi di produzione (materie prime, petrolio, manodopera, costi fissi...), il comparto sta vivendo una fase di abbassamento dei prezzi di tubi, guaine e canaline, dove i grandi costruttori - che dispongono certamente della forza e capacità di guidare e orientare il mercato - non sempre mostrano di

preoccuparsi dell'effetto negativo che la contrazione dei prezzi ha sulla qualità finale del prodotto. In occasione di Mediel 2004, Tubifor ha accentuato questa situazione con un'esposizione dei prodotti alquanto provocatoria.



Dati ufficiali dei produttori alla mano, nel lungo periodo la politica del prezzo basso non sembra essere quella vincente, poiché comporta margini ridotti e perdita di quote mercato. E i distributori di materiale elettrico, che si vedono ridurre i fatturati ed il valore delle merci a magazzino, invocano un'opera di "moralizzazione" del mercato, sempre più impellente in uno scenario dove globalizzazione, competitività e innovazione impongono ritmi sempre più intensi.

lizzazione" del mercato, sempre più impellente in uno scenario dove globalizzazione, competitività e innovazione impongono ritmi sempre più intensi.