

# ARGOCLIMA, TRA BILANCI E PROSPETTIVE

Gli ambiziosi obiettivi di crescita per il 2019 - oltre che una focalizzazione importante sul canale eldom - Argoclima li ha dichiarati sin da inizio anno, mettendo in moto una campagna pubblicitaria mainstream nazionale che ha coinvolto Tv, stampa e social. Ora che i giochi iniziano a farsi ancora più seri con l'apertura della stagione (e delle vendite) vera e propria della climatizzazione, l'azienda, nelle parole del suo ceo Paolo Nocivelli, stabilisce priorità e strategia a breve termine, in un settore dove l'incognita 'meteo' gioca sempre un ruolo imprevedibile. Infatti, nonostante il 2018 abbia registrato temperature elevate durante l'estate,

**IL CEO PAOLO NOCIVELLI TRACCIA LO SCENARIO DEL MERCATO DELLA CLIMATIZZAZIONE PER LA PROSSIMA STAGIONE, IN CUI L'AZIENDA SI VUOLE INSERIRE CON IMPORTANTI OBIETTIVI DI CRESCITA, E SI PREPARA A FESTEGGIARE UN COMPLEANNO IMPORTANTE...**

a cura della Redazione

anche se in ritardo rispetto ai tempi canonici, la stagione della climatizzazione è stata non brillantissima.

**Lei come legge questi dati?**

La stagione si è aperta in ritardo, nessuna particolare lettura. È chiaro che l'acquisto è stimolato primariamente dal bisogno, pertanto non essendoci le condizioni climatiche favorevoli le vendite hanno subito una naturale contrazione.

**Ormai da anni si parla di destagionalizzare la climatizzazione per assicurare la tenuta di questo business, al di là delle condizioni atmosferiche. Raggiungere questo obiettivo è verosimile? Anche perché, se da una parte si**

**nota una certa attenzione da parte di un'impresa in questa direzione, il resto del settore non sembra altrettanto recettivo...**

Sui portatili la destagionalizzazione è ancora lontana e, forse, improbabile nonostante la ricerca fornisca prodotti sempre più performanti dotati di funzionalità aggiuntive che, in alcuni casi, non legano l'utilizzo a una stagione specifica. Per i climatizzatori fissi invece, è un fenomeno già in atto per svariate motivazioni: prima tra tutte l'impegno economico che implica un processo d'acquisto più ragionato che si sviluppa in un lasso di tempo più ampio, spesso legato a momenti particolari come può essere quello di una ristrutturazione, che coinvolge diversi interventi programmati, indipendentemente dal clima esterno. Pertanto la richiesta del mercato per i fissi è già di per sé slegata dalla stagionalità.

**Quale ruolo occupa per voi il canale technical retail?**

Fa ovviamente parte delle nostre unità di business, rappresenta la nostra presenza diretta nel mercato consumer occupando perciò un ruolo importante. La nostra offerta comprende un'ampia gamma di prodotti che riguardano la climatizzazione, il riscaldamento, il trattamento aria e il benessere. Grazie ai nostri partner del technical retail siamo oggi presenti su tutto il territorio nazionale.

**A proposito di canali di vendita: da un po' di tempo il DIY (Do It Yourself, ndr) sembra assumere un ruolo rilevante rispetto al passato, tanto da essere quasi sinergico con l'ITS. Qual è il suo punto di vista a riguardo?**

Sì, confermo: il DIY è un canale in crescita per il suo modello commerciale e la sua strategia di pricing. È un canale che si colloca a metà strada tra il professionale e il consumer e per questo riesce a intercettare entrambe le figure facendo fronte, in modo adeguato, alla richiesta dei due mercati.


**Come vede la stagione 2019, anche in base a questi primi mesi di attività?**

L'anno in corso si è aperto con ottime risposte: il mercato sta reagendo positivamente alla nostra offerta, consentendoci di pensare a una chiusura della stagione in corso con percentuali indubbiamente positive e valori in crescita sia in termini di unità vendute sia di fatturato. Nei prossimi mesi puntiamo sui fissi: abbiamo presentato la gam-



ma di climatizzatori Ecolight Wi-Fi con interessanti novità legate alla connettività e al risparmio energetico.

**Come celebrerete il 90esimo anniversario del vostro marchio Argo?**

90 anni di storia, di obiettivi raggiunti e di continua ricerca. Quasi un secolo in cui lo scenario è continuamente mutato. Nell'ultimo ventennio il ritmo del cambiamento si è velocizzato, l'ingresso delle nuove tecnologie e una sempre maggiore consapevolezza del cliente, ci hanno consentito di proporre un'offerta più qualificata e più allineata alla nostra mission: "migliorare il comfort della vita quotidiana". Festeggiare un anniversario è un momento in cui inevitabilmente si fanno bilanci e considerazioni prospettive, è un momento che vorrò condividere con quanti hanno contribuito al raggiungimento di questo importante traguardo. Non anticipo nulla, potrei rovinare la sorpresa, lo scoprirete nei prossimi mesi. 

**LA RICHIESTA DEL MERCATO PER I FISSI È GIÀ DI PER SÉ SLEGATA DALLA STAGIONALITÀ PER L'IMPEGNO ECONOMICO CHE IMPLICA UN PROCESSO DI ACQUISTO PIÙ RAGIONATO, SPESSO MAGARI LEGATO A UNA RISTRUTTURAZIONE...**

Paolo Nocivelli  
siede da diciotto  
anni sulla poltrona  
di ceo di Argoclima