

PH FARAL



PH FARAL



PH FARAL



Da sx Lato "Music&Light" con luci e musica integrata, Lato "Multicolor" e Lato "White"

Dall'alluminio il calore intelligente

L'innovazione rafforza la leadership di Faral
sul mercato dei radiatori

Spirito pionieristico e intuizione imprenditoriale sono le leve dell'ascesa di Faral, storica azienda modenese, oggi ai vertici del mercato del riscaldamento domestico. Un successo che inizia nel 1966, quando nel settore, fortemente ancorato all'utilizzo dell'acciaio e della ghisa, Faral introduce i primi radiatori in alluminio, i cui vantaggi appaiono subito visibili: leggerezza, riduzione dei costi di installazione, minor consumo energetico. Dal modello Tropical del '66 a oggi, Faral non ha mai smesso di innovare, sviluppando una gamma completa di radiatori in alluminio in diverse misure e colori, dai modelli più tradizionali a quelli più creativi e tecnologicamente avanzati, capaci di soddisfare le svariate esigenze di mercato. Negli anni dell'ultima crisi, Faral entra a far parte del gruppo tedesco Bavaria Industrie-

kapital A.G. e inizia un processo di totale rinnovamento aziendale, imperniato su un moderno modello di sviluppo commerciale, tecnico e organizzativo. "Il payoff di Faral, 'L'alluminio è calore intelligente', ne racchiude la mission" spiega l'ingegner Biagio Sisinni, a.d. "Dobbiamo ridare al radiatore in alluminio - continua - un appeal oggi ingiustamente offuscato dai sistemi di riscaldamento a pavimento. Rispetto a questi ultimi, infatti, non sono pochi i punti di vantaggio messi a segno dai termosifoni in alluminio: dalle eccezionali caratteristiche di trasmissione del calore alla capacità di reagire rapidamente alle variazioni di temperatura, oltre alla semplicità di installazione e all'assenza di costi di manutenzione. Per riposizionare il radiatore sul mercato mondiale, in Faral stiamo lavorando su ogni

aspetto: comunicazione, innovazione di prodotto, reingegnerizzazione e potenziamento dei processi aziendali e produttivi, attenzione ai costi, fedeltà a un autentico made in Italy e impegno nella formazione. La sfida più stimolante è rimanere un fornitore internazionale (il 70% della nostra produzione va all'estero) mantenendo tutte le nostre fabbriche in Italia. In Faral abbiamo sempre lavorato sulla comunicazione interna, condividendo le problematiche, in una visione comune tra direzione, lavoratori e sindacati. Nella fase più critica, strumenti come la cassa integrazione, la riduzione dei turni e la flessibilità sono stati quindi compresi come necessaria risposta alla domanda reale. In questo modo abbiamo risposto alla crisi crescendo del 35% nel 2010, prevedendo per il 2011 un ulteriore incremento del 36% che ci porterà a superare i 40 milioni di euro di fatturato. I continui investimenti (6% del fatturato nel 2010, con l'obiettivo di arrivare al 10% entro il 2014) distribuiti tra tecnologia, ricerca e design, così come nell'organizzazione aziendale, ci consentono inoltre di sviluppare prodotti sempre all'avanguardia, con un riscontro immediato in termini di immagine e di aumento della nostra presenza internazionale".

Il rinnovamento dell'azienda modenese si è concretizzato anche in

un'efficace attività di marketing e comunicazione finalizzata al rafforzamento dell'interesse mondiale attorno ai suoi prodotti: dalla presenza, da protagonista, alle più importanti manifestazioni fieristiche nazionali e internazionali, alla sponsorizzazione di iniziative prestigiose come il 'Premio made in Italy 2010' e le 'Lectio magistralis di architettura', per attestare il proprio impegno nella promozione della cultura e della formazione, oltre che nella difesa del made in Italy. In particolare, la sponsorizzazione delle 'Lectio', ha dichiarato l'organizzatore, il professor Paride Caputi, "ha portato Faral ad essere riconosciuta attore sensibile al cambiamento delle città del futuro, viste dai più importanti architetti internazionali e sindaci di città come Roma, Genova, Napoli e Milano".

A Ottobre, durante l'evento di due giorni 'Faral for You', tenutosi nello stabilimento modene-

se, sono stati illustrati obiettivi e investimenti per il futuro a più di 150 tra clienti, agenti e distributori. "L'evento - sottolinea l'a.d. - ha centrato l'obiettivo di coinvolgere in forma nuova la rete vendita e consolidare la nostra leadership di settore. Hanno fatto da cornice alla manifestazione i nuovi prodotti 2011: Millerighe, Tris, Open e il rivoluzionario Lato che, coniugando un'estetica innovativa con il miglior rapporto prestazionale efficienza termica/profondità esistente sul mercato, rappresenta la punta di diamante della produzione Faral per l'immediato futuro". Un prodotto innovativo dal raffinato design minimal, disponibile in una vasta gamma di optional e nel modello 'Music&Light', vero e proprio elemento d'arredo personalizzabile in 1.500 colori. "Realizzato in alluminio al 100% - chiude l'a.d. - e sviluppato in collaborazione con l'Università di Brescia e di Modena, Lato è stato concepito

con accorgimenti produttivi tali da abbattere al minimo l'impatto ambientale. Può essere integrato ai sistemi a pavimento, lavorando anche a basse temperature, ed è ideale sia per ambienti da ristrutturare che per nuove abitazioni di classe A+, A e Case Passive a basso fabbisogno energetico".

- C. Soprana -



Il rivoluzionario radiatore domestico Lato



Biagio Sisinni