

PENSARE IN GRANDE

Nuova struttura produttiva e commerciale, il trend di crescita di Linea Self ha imposto importanti investimenti per rispondere alla crescente domanda. Ne parliamo con Davide Turrisi, il Direttore commerciale.

di Arlina Rabbiacci

Mentre ci illustra la nuova struttura commerciale e produttiva, Davide Turrisi, Direttore commerciale di Linea Self ci riassume anche le importanti scelte strategiche fatte dall'azienda negli ultimi mesi.

«Abbiamo dovuto pensare in grande, - sottolinea Turrisi - il trend di crescita dell'azienda ce lo ha consentito e, al tempo stesso, imposto. Oggi tutta la produzione si svolge qui, in questo insediamento inaugurato un anno fa a Bondeno di Gonzaga, in provincia di Mantova. Si tratta di una posizione strategica, parallela all'Autostrada del Brennero a un chilometro dall'uscita di Reggiolo. Il capannone, di proprietà, misura 5 mila mq con la possibilità di espanderli, in futuro, fino a 12 mila».

Una struttura importante per un'azienda in grande espansione. Attualmente Linea Self produce piste self-service, tunnel, portali, impianti per camion e bus, ac-



Davide Turrisi

cessori per piazzale e impianti speciali. Di quest'ultima categoria fanno parte impianti di lavaggio per tram, filobus, cabine di funivie, sagome irregolari in genere (cisterne, betoniere e veicoli della nettezza urbana) e impianti "a passaggio" per le aziende municipali di trasporto passeggeri. «Il Bilancio 2004 - prosegue Turrisi - si è chiuso con un incremento del 20% delle vendite. La previsione per il 2005, basata sul portafoglio ordini già acquisito e sul trend del primo quadri-

mestre, ci fa prevedere un ulteriore 25% di incremento. Un traguardo che riteniamo alla nostra portata grazie anche all'ampiezza della nostra gamma: forniamo tutto quel che serve al gestore dell'area di lavaggio o alla compagnia petrolifera, consentendo così di semplificare la gestione grazie ad un rapporto con un unico fornitore. Il fatturato è così suddiviso: il 49% lo realizziamo con le piste self-service, il 37% con gli impianti roll-over e i tunnel mentre il 14% deriva dagli accessori per il piazzale, gli impianti speciali e i prodotti chimici».

Le novità a Bologna

«La novità principale sarà costituita da "Premier" un nuovo portale per lavaggio e asciugatura solido ed essenziale dal design moderno ed accattivante - spiega Turrisi - nato per soddisfare la domanda delle concessionarie e per i nuovi mer-



cati emergenti. Una soluzione ideale anche per i lavaggi con servizio, che lo utilizzano con operatore, magari prelavando con un'idropulitrice. In ogni modo è possibile dotare l'impianto di accessori dedicati che lo "elevano", rendendolo utilizzabile in self-service, con alta pressione, e lavaruote, quindi più efficiente e automatizzato. Questa nuova macchina, e in futuro anche le altre di Linea Self, sarà dotata di una nuova lama di asciugatura realizzata in resina termoplastica. Una nuova tecnologia che ha abbassato i costi di costruzione di questo particolare, che così diventa robusto, leggero e inalterabile nel tempo. Il risparmio sui costi di produzione è a tutto vantaggio del prezzo di vendita, ora ancora più concorrenziale».

«Un'altra novità - prosegue Turrisi - è costituita da un inedito formato di struttura "rack" denominato "Baby Sky" per piste self, dedicato a chi ha necessità di installare da due a tre postazioni di lavaggio. Si tratta della già collaudata tecnologia del Multicompact Linea Self, inserito in una struttura lunga la metà. Un rack in acciaio, con cofani dello stesso materiale, ora "compattato" in metà spazio: infatti, è lungo solo 280 cm, mentre le altre misure sono invariate, larghezza 80 e altezza 210 cm. I programmi di lavaggio saranno quattro più due (spazzola + schiuma e lavacerchi). Possiamo

promettere che sarà compatto anche il prezzo».

«Nuovo è anche l'impianto monopista "Partner" - spiega Turrisi - costituito da un modulo a colonna in acciaio inox con copertura in abs. Occupa poco più spazio di un aspirapolvere ed è dotato di tutto il necessario per fornire quattro programmi di lavaggio: shampoo a bassa pressione, risciacquo ad acqua calda, cera in bassa pressione e risciacquo ad acqua fredda. Si tratta di una macchina che soddisfa varie esigenze: può essere utilizzata da sola in self-service oppure per chi ha poco spazio a disposizione ma non vuole rinunciare al business del lavaggio. Può essere posta davanti ad un portale per un prelavaggio con operatore durante le ore di apertura, e in self assieme al portale, anch'esso in self, per le ore di chiusura. Un'opportunità in più di guadagno per il self unita alla praticità di una più che completa e potente idropulitrice di prelavaggio in postazione fissa». Altra novità è la messa in



rete del sito Linea Self, attivo da inizio anno, dove si può visionare tutta la gamma, anche in funzione, grazie a filmati scaricabili.

Il sito, in cinque lingue, è facile da usare, veloce e dalla grafica accattivante. La versione multilingue è stata imposta dalla sempre più importante espansione sui mercati esteri. «Siamo reduci da una fiera a Bel-

Portogallo, Slovenia e Croazia, Repubblica Ceca, Moldavia, Francia, Belgio e Svizzera. In tutti questi paesi abbiamo un flusso di consegne ormai costante. "Volendo fare un consuntivo di questi primi anni di attività di Linea Self - conclude Turrisi - dopo le naturali difficoltà che incontra un'azienda esordiente ora il compito sembra più facile. Merito



grado - spiega Turrisi - dove abbiamo raccolto ordini e consensi; e ci stiamo altresì preparando, (oltre che Autopromotec Bologna) agli altri appuntamenti di settore quali "Motortec" Madrid dall' 11 al 15 Maggio, e Fiera del Levante - Bari dal 10 al 18 Settembre.

Attualmente esportiamo circa il 15% della nostra produzione e, nel 2005, questo dato è destinato a salire". Le nazioni dove siamo attualmente presenti sul mercato sono: Spagna,

del buon lavoro che ci sta premiando. I clienti sono soddisfatti e questo ha generato un "passaparola" favorevole. In Linea Self siamo abituati a "coccolare" tutta la nostra clientela, dal più grande committente al singolo lavaggista, standogli vicino anche con l'assistenza post-vendita. Anzi, vorrei cogliere l'occasione per ringraziare le nostre reti di assistenza e vendita, ormai a copertura totale, per l'eccellente lavoro svolto insieme in questi anni». □