



POLOCENTER.
La squadra

Gli ingredienti di un successo trentennale

Nato nel 1989 come libera associazione, Polocenter è oggi un consorzio d'acquisto che vanta 15 associati, tutti accomunati da un unico credo: confrontarsi e dialogare per poter crescere insieme

a cura di Silvia Martellosio

Quali sono i momenti più significativi nella storia di Polocenter?
Un aperitivo al bar di Mostra Convegno Expocomfort, una stretta di mano e il desiderio di crescere insieme. È così che, grazie all'incontro tra Pietro Milesi e l'ingegner Lorenzo Visconti, nel 1989 nasce Polocenter. Dopo solo un anno, il gruppo contava già 14 aziende tanto che le riunioni sono diventate mensili. Pochi i concetti da sviluppare, ma chiari: rispetto per le ditte associate e i fornitori; dimensioni di fatturato simili e voglia di migliorare; posizione geografica

non troppo vicina, ma nemmeno troppo lontana dal baricentro milanese. Subentrò poi l'esigenza di darsi una veste giuridica e così nacque il gruppo come lo conosciamo oggi: Polocenter, il più longevo d'Italia. Negli anni si sono succeduti ingressi e uscite, ma la nostra forza è sempre stata la chiarezza e la sincerità dei rapporti.

Com'è organizzato oggi il Gruppo d'acquisto?

Abbiamo avuto soci di varie province e regioni; colleghi usciti da altri gruppi che ci portavano ventate di novità e fornitori precedentemente sconosciuti che innalzavano la varietà di prodotti offerti alla nostra clientela. Siamo un consorzio non a scopo di lucro di quindici associati. Abbiamo un Consiglio di Amministrazione composto da tre membri. Tutti gli associati, indipendentemente dalle dimensioni di fatturato, hanno pari poteri di voto.

Come si è chiuso il 2018? In base ai risultati registrati nei primi mesi dell'anno, quali sono le prospettive per il 2019?

Il fatturato sfiora i 70 milioni di euro e abbiamo contratti in essere con 80 ditte produttrici. Il 2018 è stato un anno di crescita, sicuramente superiore alle aspettative. Per quanto riguarda il 2019, soprattutto grazie ai dati positivi dei primi sei mesi, la prospettiva è buona e l'incremento è del 5%.

Pensate di organizzare dei momenti celebrativi aperti a fornitori e clienti per il 30° anniversario?

Sono in corso i preparativi per festeggiare i nostri primi 30 anni. Stiamo allestendo un evento dedicato ai soli soci attivi del Gruppo, accompagnati dai relativi familiari, con una gita pomeridiana, aperitivo e cena all'interno delle mura di un castello. Per i clienti, come già realizzato in altre occasioni, organizziamo spesso cene e – in collaborazione con i nostri fornitori – presentazioni di prodotti per ogni singolo associato.

Quali ritenete siano i vostri punti di forza e di debolezza?

Grazie a questa unione siamo riusciti a tener testa per ben 30 anni alle più grosse entità del mercato termoidraulico. Pensiamo che il confronto e il dialogo tra i membri del Gruppo ci aiuti a capire l'andamento e le strategie così da poter modificare nell'arco degli anni a venire il percorso. La nostra preoccupazione, che riteniamo sia comune a molti operatori del settore, è invece il protrarsi di una situazione politica instabile che non dà riferimenti fissi e la sua conseguente ricaduta su un mercato sempre più volubile e imprevedibile.

“La nostra forza è sempre stata la chiarezza e la sincerità dei rapporti”

Su cosa deve puntare la distribuzione specializzata per rappresentare un valore aggiunto sul mercato di oggi e di domani?

Sicuramente su prodotti di alta gamma sia in showroom che su prodotti tecnici qualificati. Questo per differenziarci dalla GDO, dai big del settore e da quanti usano solo il prezzo per operare sul mercato. Ai prodotti di qualità è necessario associare la specializzazione del personale. L'addetto alla vendita per noi non è un automa interscambiabile, ma una persona che va seguita e formata in modo che abbia un'ottima conoscenza e preparazione. Per avere poi appoggio tecnico e un buon risultato post-vendita sono fondamentali i rapporti professionali con i produttori. Inoltre, per ottenere risultati eccellenti, la collaborazione con termotecnici e progettisti è fondamentale per appoggiare l'installatore durante tutto lo svolgimento del suo ciclo operativo. Da non da tralasciare, infine, l'etica, il rapporto umano, e l'entusiasmo per il nostro lavoro che ogni giorno trasmettiamo alla nostra clientela e al nostro personale. Le dimensioni ridotte, più umane, delle nostre società, ci permettono di ascoltare le esigenze sempre crescenti dell'utilizzatore finale che, sfruttando il web, ha conoscenze e informazioni sempre più evolute. ■

CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE.
Da destra: Perlotti Cristian, Visconti Lorenzo e Farina Elena

