



PROGRESSO AL CENTRO

L'abbiamo visitata un paio di anni fa per raccontare quella che abbiamo allora definito la "strategia del benessere" che l'azienda aveva adottato per migliorare la qualità dell'ambiente di lavoro e della vita dei suoi lavoratori. Oggi ritroviamo Grantour Bagno nel pieno di una metamorfosi che la cambierà dal profondo all'insegna di un obiettivo: il progresso.

di **Cristina Mandrini**

Cosa significa progresso per una media impresa italiana di produzione che fa arredobagno? La risposta ce l'ha data la squadra Grantour Bagno-RainBox, protagonista di un cambiamento radicale che da qualche mese sta investendo l'azienda e che rimette tutti in gioco. A tutti i livelli della gerarchia aziendale. Le linee guida sono molto precise e concrete, gli obiettivi e i sacrifici condivisi in tutti gli uffici e in tutti i reparti. Lo saranno anche le soddisfazioni. Lo scopo: creare le condizioni adeguate per garantire ai due brand una costante crescita in professionalità e fatturato. Come ci racconta Gerardo lamunno, amministratore delegato, "abbiamo fatto di necessità virtù, quando mio fratello Rino qualche tempo fa ha deciso di uscire dall'azienda. Un distacco sereno e condiviso, gestito con intelligenza nel bene dell'azienda e dei lavoratori. Il frangente ha favorito il maturare di alcuni progetti e ambizioni latenti da tempo, ma sempre rimandati perché era il momento. La quotidianità, si sa, a volte prevale sulla progettualità." Dal quel momento, in pratica, si sono ingranati una serie di meccanismi che aspettavano solo di essere messi in moto. Alessandro Rorato, direttore commerciale di Grantour Bagno e RainBox da sette anni, ha espresso il desiderio di entrare in società rilevando delle quote; una scelta importante e significativa sia a livello individuale sia societario,

molto apprezzata – ha sottolineato Gerardo lamunno – anche dalle banche, perché "...quale migliore garanzia per loro il fatto che un direttore commerciale desideri entrare in società?!".

Susanna lamunno, primogenita di Gerardo, 25 anni, una laurea in marketing presso l'istituto LIUC di Castellanza (VA) e alle spalle importanti esperienze di studio (in Cina e Gran Bretagna) e di lavoro in ruoli di responsabilità. "Lavori che grazie al mio profilo e alla mia preparazione ho avuto il privilegio di scegliere tra tante offerte, e mia è stata anche la scelta di lasciare tutto per entrare nell'azienda di famiglia. Oggi c'è bisogno di me qui."

A partire da questi primi (ri)collocamenti è decollata quella che può essere davvero considerata la rivoluzione Grantour Bagno, che in qualche modo prima o poi toccherà tutto e rimetterà in gioco tutti, come dice il piano che è stato illustrato nel dettaglio da Gerardo e Susanna lamunno insieme a Alessandro Rorato in occasione della prima vera convention della nuova era Grantour Bagno e RainBox.

La convention di due giorni si è tenuta presso il nuovo Stadio Benito Stirpe di Frosinone, non a caso. Simbolo di una nuova visione imprenditoriale e sportiva insieme, lo stadio è stato sicuramente un set perfetto per la rappresentazione che è andata in scena al cospetto di almeno

una cinquantina di persone in rappresentanza di quasi tutte le agenzie su cui poggia in Italia la rete commerciale Grantour Bagno e RainBox. Il copione: presentazione della nuova strategia, dei ruoli e dei traguardi che dal 2018 vedranno impegnata tutta la squadra.

PAROLA D'ORDINE "SVILUPPO"

Sviluppo dei processi, delle competenze, del fatturato. A segnare sicuramente l'inizio di questo programma di

"Oggi vi presentiamo il nuovo organigramma e le nuove regole – ha dichiarato orgoglioso "il capitano" Alessandro Rorato. – Rispetto a ieri, la vera differenza è che oggi ci sono ruoli e responsabilità precise perché Gerardo lamunno a loro ha dato deleghe, ma anche fiducia."

Logistica, produzione, progettazione, amministrazione. Non c'è area che non sia stata riformata al fine di garantire alla distribuzione e al cliente il migliore servizio e la massima puntualità. A guidare, d'ora in poi, non sarà più infatti l'orario di fabbrica ma la commessa del cliente.

"Da parte mia – si confida il Direttore maratona Rorato rispetto al suo ingresso in società - non è cambiato nulla. Come mi sono portato a casa il lavoro e i pensieri fino a ieri, così continuerò a fare... Aiutare questa azienda a crescere è la mia meta, e ogni meta è per me uno stimolo a raggiungere nuove mete e migliorare sempre. Questa convention getterà le basi per un nuovo progetto e per obiettivi molto più ambiziosi, se siete qui è perché fate parte della squadra e vi meritate di fare parte con noi anche di questa esperienza di successo."

Per la parte marketing, l'exploit di Susanna lamunno, nuova Responsabile Marketing che avrà come compagno di viaggio Alessandro Rorato e come mentore il padre Gerardo. Le idee sono molto chiare, le competenze forti. "La mia strategia punterà a rafforzare le aree più deboli del nostro mercato interno. I miei strumenti di lavoro saranno un CRM molto potente, il digital marketing e sopra a tutto... la relazione con la rete sul territorio." Il suo primo progetto si chiama TOP100, e la porterà in giro per l'Italia per i prossimi mesi a contatto con i primi 100 clienti per fatturato, per condividere con loro una serie di attività promozionali utili a consolidare e rafforzare il loro business territoriale.

"Porteremo progetti personalizzati e cuciti su misura sulle esigenze del cliente e del suo territorio, che implicano proattività da parte del nostro partner per sollecitare la partecipazione dei suoi clienti potenziali, al fine di mettere a frutto l'investimento che operazioni così comportano."

Lo strumento digitale in tali casi si rivela potente, sottolinea Susanna lamunno consapevole della mala-informazione, spesso preconcepita, che ancora circola sul tema digital/e-commerce per cui spiega: "L'e-commerce vince dove noi siamo deboli – sottolinea – ma sono processi che richiedono tempo e confidenza, non sono immediati. La decisione dell'acquisto spesso infatti arriva dopo avere valutato bene l'affare con un consulente, con un progettista in grado di personalizzare la scelta d'arredo. È quello che si chiama "ultimo miglio dell'azienda" che per Grantour Bagno e RainBox è e resterà fondamentale."

Susanna lamunno con Alessandro Rorato e Gerardo lamunno. Il suo motto è "Se puoi sognarlo, puoi farlo" (Walt Disney).

ricerca e sviluppo e "rivoluzione industriale" interna è stata sicuramente la collaborazione con lo Studio Talocci, che due anni fa ha portato alla creazione della serie di arredobagno Vivi, con grande successo di mercato. Un modo nuovo di approcciare progetto, prodotti e materiali che ha imposto a Grantour una prima riorganizzazione della linea produttiva e delle mansioni e la revisione degli strumenti e degli spazi a disposizione. Oggi Responsabile ricerca e sviluppo per entrambi i brand è Roberto Falletti, che ha iniziato a collaborare con l'azienda proprio attraverso lo Studio Talocci, dove all'epoca lavorava. A lui il compito di rivedere e sovrintendere la parte di industrializzazione e progettazione, dal design al magazzino, con l'ausilio di sofisticati sistemi e software all'avanguardia. Si parla di industria 4.0, a lui spetta quindi uno dei ruoli più strategici sulla via del progresso che si intende percorrere.

Industria 4.0 significa anche squadra di lavoro 4.0. E proprio nella sala stampa dello Stadio Benito Stirpe, Gerardo lamunno e Alessandro Rorato hanno presentato più che la nuova squadra, i nuovi ruoli. Una carrellata di facce giovani e un po' emozionate, consapevoli di avere ricevuto insieme alla nomina a ruoli di responsabilità anche la giusta gratificazione. Davanti alla platea di giornalisti e agenti ciascuno ha ricevuto e assunto il nuovo impegno. Insomma, chi ha meritato la maglia, ci ha messo la faccia.

