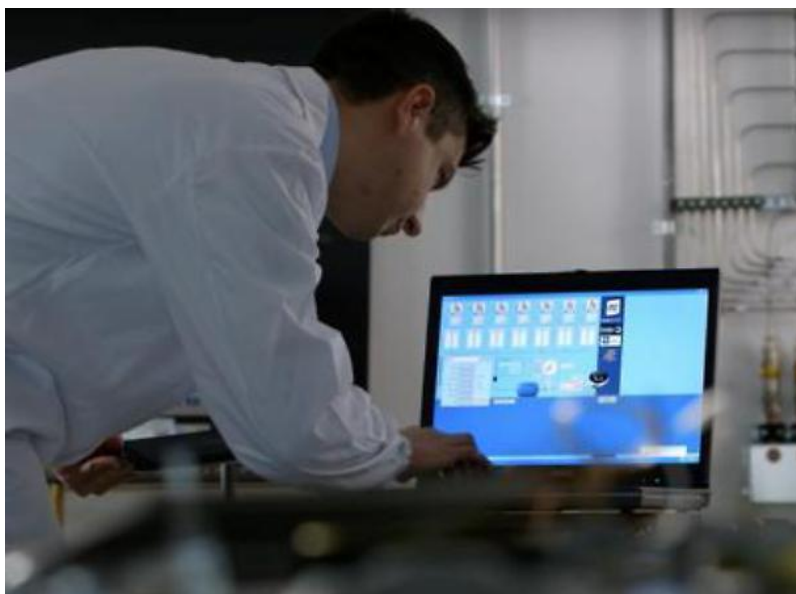


MADE-IN-ITALY

Da materie prime a brevetti Sabaf lancia decalogo aziende made in Italy

10 Gennaio 2018



"Non sorprende che, nel settore dei componenti per la cottura a gas, Sabaf abbia una quota del 50% in Europa e superiore al 10% a livello globale. A Sabaf viene riconosciuto un primato tecnologico indiscusso grazie alla sua capacità di innovazione e di anticipare negli anni l'evoluzione della domanda globale, offrendo prodotti sempre più sicuri, efficienti e originali", spiega una nota dell'azienda. Ecco, quindi, il decalogo proposto da Sabaf, punto per punto.

1. Deposito dei brevetti: fondamentale per difendere gli investimenti in ricerca e sviluppo è il depositare, nei vari paesi di interesse, il brevetto (di invenzione, ornamentale o di utilità che sia) di qualsiasi idea, disegno o innovazione produttiva che renda quel progetto originale rispetto a quanto disponibile sul mercato o a quanto brevettato da altri.
2. Utilizzare materie prime di assoluta qualità attraverso controlli meticolosi sia al momento della selezione dei fornitori che all'ingresso dei prodotti in fabbrica.
3. Verticalizzazione della produzione: cercando di internalizzare la maggior parte dei processi la quasi totalità della catena produttiva resta all'interno della fabbrica. Questo porta, oltre all'accumulo di know how, anche a un maggior controllo sulla qualità del prodotto.
4. Macchinari 'made in Sabaf': la maggior parte dei macchinari e degli utensili usati per la produzione sono ideati, realizzati e/o modificati dall'azienda stessa che in questo modo mantiene al suo interno le competenze più importanti aumentando il divario con la concorrenza.
5. Personalizzazione del prodotto: in alcuni casi vengono realizzati prodotti 'tailor made' su richiesta del cliente.
6. Investire in ricerca tecnologica: un prodotto tecnologicamente avanzato può magari essere copiato esteticamente ma assai raramente i competitors dispongono delle competenze finanziarie, tecnologiche e di processo adeguate per andare oltre. Per questo, il marchio investe più del 3% del fatturato ogni anno in ricerca e sviluppo.
7. Valorizzazione del capitale umano: per un'azienda i propri dipendenti sono il 'componente' fondamentale, per cui diventa vitale sia una formazione adeguata sia la creazione di un clima di lavoro sano, sicuro e condiviso.
8. Promuovere il marchio nel mondo, patrocinando attività anche no profit e partecipando ad eventi e fiere in modo che il prodotto sia quanto più possibile associato al brand.
9. Produzione in loco: una multinazionale come Sabaf, con sedi produttive anche in Turchia, Brasile e Cina, ha scelto questa strada per ridurre l'impatto di barriere come dazi e costi di trasporto ed esportare così la propria competenza tecnologica alzando gli standard qualitativi di questi paesi. Senza queste barriere il marchio può mantenere prezzi concorrenziali togliendo argomenti agli imitatori locali.
10. Accordi con grandi marchi: un'azienda sinonimo di qualità viene scelta dai principali brand mondiali che credono nella qualità dei suoi prodotti diventandone testimonial e garanti.