



Da **40 ANNI**
con AkzoNobel

Un legame di 40 anni lega Conte Colori e la multinazionale delle vernici. Così, in Friuli, questo colorificio si è guadagnato la fiducia dei clienti ed è una realtà di riferimento nel settore della carrozzeria anche oltre il confine della provincia di Udine. Abbiamo incontrato l'ingegnere Matteo Conte, oggi al timone

Simone **La Rocca**



Quando si parla di attività imprenditoriali tutti gli anniversari sono importanti, ma quelli a cifra tonda sono un po' più significativi. Di certo lo è quello che ci ha portati a visitare il Colorificio Conte Colori di Udine, un'impresa ormai storica della distribuzione delle vernici, che proprio nel 2019 festeggia i 40 anni dalla nascita e i 40 di collaborazione con un'altra importante realtà del nostro settore: la AkzoNobel. Sì, perché fin dalle origini questo colori-

ficio si è distinto in tutta la provincia friulana per la solida partnership con questo produttore di vernici, che ha permesso alla famiglia Conte di espandere i propri orizzonti oltre il settore carrozzeria ed oltre i confini della provincia. Attualmente l'azienda è giunta alla seconda generazione e vanta ben quattro sedi sparse per la regione Friuli Venezia Giulia. Noi l'abbiamo visitata in compagnia dell'ingegnere Matteo Conte, il figlio del fondatore e oggi Responsabile Commerciale del settore autocarrozzeria.

Come nasce l'attività?

«Il nostro colorificio nasce nel 1979 da un'iniziativa di mio padre Ermes. Nonostante le piccole dimensioni, fin da subito si specializza nel settore carrozzeria col marchio Sikkens, diventando in breve tempo un punto di riferimento per i clienti di questo brand. Poi, nel corso degli anni abbiamo ampliato le nostre competenze al settore edilizia e industria. Una crescita che ci ha permesso di arrivare ai giorni nostri, forti di una sede più ampia e moderna in Udine città affiancata da altre due sedi provinciali e un'altra in provincia di Pordenone. Il mio ingresso in azienda è avvenuto nel 2004 insieme a mio fratello Luca. Siamo noi oggi ad occuparci dei vari aspetti commerciali, io per il settore carrozzeria, industria e legno, lui per quello edilizia».

Com'è organizzata la distribuzione?

«Il nostro Gruppo impegna a tempo pieno 30 dipendenti su 4 sedi, ognuna delle quali ha anche un banco per la vendita al pubblico. Tre agenti seguono le carrozzerie del territorio, visitandole quotidianamente e raccogliendo gli ordini. Il magazzino principale di

In apertura: i titolari della **Conte Colori**; da sinistra: Matteo, Ermes, Luca

A sinistra: **la sede** della Conte Colori a Udine





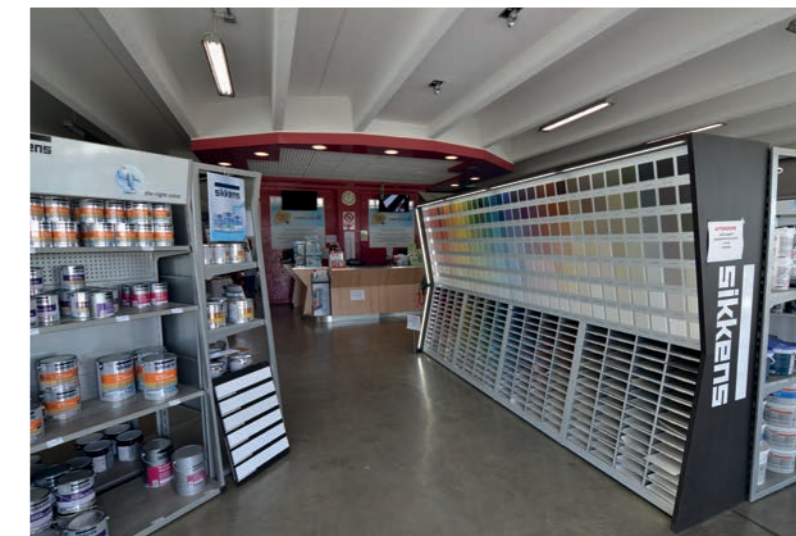
Sopra a sinistra: il **laboratorio tinte** della Conte Colori

Sopra a destra: una delle **tre succursali** della Conte Colori

A destra: **una delle sale** che vengono usate per la formazione e gli eventi



La **squadra** degli addetti alle vendite di uno dei punti presenti a Udine



Udine si sviluppa su una superficie di 2.500 mq, dimensioni che ci permettono di soddisfare le esigenze di tutta la provincia e spingerci fino a quelle di Trieste e Gorizia, dove operiamo attraverso un rivenditore. Il secondo magazzino invece, conosciuto come Color Diffusion, serve la provincia di Pordenone».

Quali servizi avete sviluppato per la carrozzeria?

«Siamo sempre stati molto attivi sul fronte della formazione e, in occasione dei 40 anni, stiamo implementando ulteriormente quest'attività. In collaborazione con docenti selezionati dal network Acoat di AkzoNobel abbiamo sviluppato corsi rivolti agli accettatori ed altri pensati per migliorare l'attività imprenditoriale. Inoltre, per accrescere la professionalità dei nostri clienti e prepararli alle nuove frontiere della mobilità stiamo già lavorando al loro fianco per permettergli

d'intervenire sui veicoli con alimentazione elettrica. Nella sede di Udine abbiamo allestito una sala corsi da 40 posti, pensata specificamente per accogliere i carrozzieri. Abbiamo poi un laboratorio tinte interno che prepara i colori per i settori carrozzeria e industria, effettuando le letture del colore con lo spettrofotometro e realizzando la tinta finita».

Quali prodotti trattate?

«Fin dal 1979 siamo rivenditori del Gruppo AkzoNobel e di tutti i suoi marchi: Lesonal, Sikkens e Dynacoat per le 4 province. Una scelta che, già dagli anni 80, si è rivelata vincente in quanto AkzoNobel ha sempre rappresentato uno dei principali attori del settore vernici e un pioniere nello sviluppo di nuove tecnologie. Nel corso degli anni infatti è stato tra i primi a introdurre il fondo UV a rapida essiccazione, per l'uso del quale è stata sviluppata anche la pistola Tesla, che

offre grandi vantaggi in termini di produttività, risparmio e facilità di utilizzo. Anche lo spettrofotometro, uno strumento che oggi viene utilizzato da tutti i nostri clienti, rappresenta un'innovazione nella quale il Gruppo ha creduto fermamente prima di molti altri».

UNA COLLABORAZIONE SOLIDA

La collaborazione tra il Colorificio Conte e la AkzoNobel affonda le sue radici su solide basi. Non c'è da stupirsi se in tutto, sui 3 marchi, questo distributore vanta l'installazione di oltre 100 tintometri. Matteo ci introduce a un altro fornitore di spicco. «Da diversi anni siamo rivenditori Mirka, un partner per il quale oggi siamo diventati top dealer. Da sempre quest'azienda sviluppa strumenti all'avanguardia, tanto da essere stata la prima a sviluppare la nuova tipologia di abrasivo in rete con aspira-

zione totale delle polveri derivanti dalla levigatura, una tecnica che migliora l'ambiente di lavoro e garantisce riparazioni di maggiore qualità. Andando incontro alle esigenze degli operatori, ha poi sviluppato una gamma completa di strumenti con alimentazione a batteria, più ergonomici, maneggevoli e leggeri».

Come vengono accolte le novità di prodotto?

«Molto bene, complici anche alcune promozioni accattivanti che sviluppiamo in collaborazione con le aziende partner. Abbiamo poi ideato una campagna di comunicazione Facebook ed e-mail utile per tenere aggiornati i clienti sulle novità di prodotto e sulle offerte. I carrozzieri hanno compreso l'importanza di tenersi al passo con l'evoluzione del settore e sono sempre molto curiosi e attenti alle novità. In particolare,

stanno riscuotendo davvero un buon successo tutti i prodotti vernicianti a rapida essiccazione, dal fondo UV al trasparente all'aria. Anche la pistola Tesla, che rappresenta una rivoluzione nel modo di intervenire sui danni parziali, ha raccolto una grande base di consensi, tanto che oggi tutti i nostri clienti hanno scelto di introdurla nei loro processi. Al suo lancio sul mercato abbiamo organizzato un incontro dimostrativo presso il nostro laboratorio. Successivamente un nostro tecnico ha visitato tutte le carrozzerie affiancando gli operatori nell'uso di questo strumento, che poi abbiamo lasciato in prova per qualche giorno».

Quanto è importante la formazione?

«Fondamentale. L'obiettivo per tutti è il raggiungimento della massima efficienza. Il nostro impegno, in collaborazione con il Gruppo AkzoNobel,

va in questa direzione: guidare i carrozzieri sulla strada degli investimenti e supportandoli nella crescita».

In quale direzione sta andando il mercato dell'auto-riparazione?

«Il nostro è sempre stato un settore difficile e spietato, perché la tecnologia dell'auto e i gusti dei consumatori sono sempre evoluti rapidamente. Oggi questa tendenza sembra avere accelerato ulteriormente. Una strada per rimanere protagonisti, oltre alla formazione, è stringere solide collaborazioni con i grossi attori del mercato: assicurazioni, gestori di flotte e Case auto, tutte quelle realtà che muovono una grande quantità di automobilisti verso una struttura piuttosto che un'altra. A patto che la carrozzeria sia strutturata e preparata per accogliere questa grossa mole di lavoro e senza dimenticare la qualità della riparazione».