

STOCCHERO ATTILIO e la creazione degli Stone Live

STOCCHERO ATTILIO and the creation of Stone Lives

Che anche nel settore lapideo la crescente globalizzazione dei mercati e i moderni mezzi di ricerca e comunicazione abbiano modificato radicalmente i rapporti tra produttore, rivenditore e consumatore è cosa nota a tutti. Attuare delle adeguate strategie per seguire queste tendenze, invece, per gli operatori del comparto non è sempre un passo altrettanto immediato, specialmente se stiamo parlando di realtà di dimensioni importanti. Si tratta di cambiamenti - soprattutto in termini di riorganizzazione degli spazi aziendali - che comportano sempre da un lato una chiara visione imprenditoriale, accompagnata da una giusta dose di intraprendenza, e dall'altro delle adeguate possibilità finanziarie,

LO SHOWROOM
AZIENDALE COME
CANALE DI VENDITA

THE SHOWROOM AS
SALES CHANNEL

That even in the stone sector the growing globalization of markets and modern means of research and communication have radically changed relations between producer, dealer and consumer is a well-known fact. Implementing the right strategies to follow these trends has, instead, for sector operators not been an equally immediate step, especially if we are talking about

large businesses. These are changes – above all in terms of reorganizing corporate spaces – that always entail a clear entrepreneurial vision plus the right amount of business acumen on the one hand, and on the other enough financial resources to follow this path with the timing the market now requires.



così da poter affrontare questo percorso nei tempi che oggi il mercato richiede.

Questa sfida è stata sicuramente portata avanti con successo negli ultimi anni dall'Azienda veronese Stocchero Attilio e C., realtà leader nella produzione ed esportazione di lastre di pietra naturale di ogni tipologia che conta attualmente un catalogo di oltre 850 materiali provenienti da tutto il mondo. Parallelamente all'ammodernamento del reparto produttivo - con importanti investimenti in tecnologie innovative che le permettono di lavorare annualmente circa 1.100.000 mq di lastre e di soddisfare efficacemente un mercato sempre più esigente -, la Stocchero ha infatti implementato l'area dedicata agli spazi espositivi con la creazione di ben tre showroom adibiti esclusivamente all'esposizione dei materiali più esclusivi, in ambienti eleganti, ricercati ed estremamente funzionali, caratterizzati da un layout espositivo studiato fin nei minimi particolari (la disposizione delle lastre, la scelta dei colori e dell'illuminazione, la cura dei dettagli e delle finiture) per offrire al visitatore un'immersione completa nei materiali e fargli vivere un'esperienza sensoriale unica alla scoperta del fascino della pietra naturale.

Questi padiglioni rappresentano il contesto ideale per l'incontro tra il progettista e il cliente finale con il produttore, il quale può mostrare la varietà della sua offerta in tutto il suo potenziale ed agevolare una scelta più consapevole e immediata da parte dei compratori. È infatti molto spesso il contatto diretto del possibile acquirente con il prodotto lapideo, in ambienti più accattivanti e scenografici, che porta alla con-

This challenge has certainly been successfully met recently by the Veronese company Stocchero Attilio e C., a leader in producing and exporting natural stone slabs of every type, whose current catalogue contains more than 850 materials from all over the world. Together with modernizing its production plant – with big investments in innovative technologies that enable it to process some 1,100,000 square meters of slabs a year and efficiently supply an increasingly demanding market – Stocchero has also created three showrooms devoted to displaying its most exclusive materials in elegant, refined and extremely functional settings featuring layouts designed down to the smallest detail (the arrangement of the slabs, the choice of colors and lighting, care for





cretizzazione delle transazioni più complesse e dal budget più elevato, che risulterebbero altrimenti meno agevoli con il solo ausilio di materiale fotografico o di campionature limitate.

L'utilizzo dello showroom va a completare una strategia multicanale che comprende il rinnovato sito internet aziendale, il catalogo virtuale dei materiali e il magazzino online delle lastre, consultabili liberamente da a tutti gli utenti internet. Negli ultimi due anni, quelli del Covid-19, questa strategia si è rivelata doppiamente vincente anche a causa della cancellazione dei vari appuntamenti fieristici settoriali, che da sempre costituiscono importanti occasioni di incontro.

Proprio nello spirito dinamico che contraddistingue l'Azienda

particulars and finishes) to completely immerse visitors in the materials and give them a unique sensorial experience in their discovery of natural stone's allure.

UN LUOGO DOVE LA PIETRA NATURALE PRENDE VITA

A PLACE WHERE NATURAL STONE TAKES ON LIFE

These showrooms are the ideal context for the designer and final customer to meet with the producer, who can show the variety of his offer in all its potential and facilitate a more knowledgeable and immediate choice by buyers. In fact, it is very often a potential buyer's direct contact with a stone product, in very attractive and scenographic settings that leads to concretizing the most complex and high-budget transactions, which otherwise would be harder to do using only photographic material or limited samples.



The use of showrooms completes a multi-channel strategy that includes the company's updated website, a virtual materials catalogue and online slab warehouse, that can be freely consulted by all Internet users. In the past two years, those of Covid-19, this strategy proved to be doubly effective due to the cancellation of the various stone sector tradeshows that have always been important occasions of encounter.

And precisely in the dynamic spirit that distinguishes this Volargne company, it should be emphasized that all three showrooms were created in record-setting times of just a few months.

It all began in 2012 with creation of Stone Live 1, which today hosts a broad range of marbles, granites, travertines and onyxes; followed in 2019 by Stone Live 2, which displays the finest and most exclusive quartzites.

To these 12,00 square meters of exhibit space were added the more recent White Gallery, created in 2021 to display premium white marbles, naturally first of all Italian but also from other countries, on a surface of more than 3,500 square meters.

Creation of these showrooms was therefore a wise move by Stocchero Attilio. A strategy that over the years has led to a significant requalification of its corporate premises, passing from simple containers of product to excellent places to meet and dialogue with designers and customers, places where natural stone takes on life.

di Volargne, va sottolineato che tutte e tre le aree espositive sono state ultimate in tempi record di pochissimi mesi. Tutto ha avuto inizio nel 2012 con la realizzazione dello Stone Live 1, che oggi ospita un'ampia gamma di marmi, graniti, travertini e onici; nel 2019 è seguita l'apertura dello Stone Live 2, che presenta le quartziti più pregiate ed esclusive; a questi 12mila mq di superficie espositiva si è aggiunta infine la più recente White Gallery, creata nel 2021 per ospitare l'eccellenza dei marmi bianchi, naturalmente italiani *in primis*, ma anche di provenienza internazionale, per una superficie coperta complessiva di oltre 3.500 mq.

La realizzazione di questi showroom rappresenta dunque una scelta ben consapevole da parte della Stocchero Attilio. Una strategia che ha portato negli ultimi anni a una riqualificazione importante degli spazi aziendali, passati da semplici contenitori di prodotti a luogo d'incontro e dialogo per eccellenza con designer, progettisti e clienti, un luogo dove la pietra naturale prende vita.

AS STOCCHERO ATTILIO e c. s.r.l.
MARMi GRANITI ONICI E TRAVERTINI