

▲ Dettaglio della sciaquatrice Bertolaso

bertolaso

**INTERVISTA A PARIDE COLANTONI,
NUOVO DIRETTORE DEL CUSTOMER
SERVICE DI BERTOLASO**

“IL SERVIZIO È UN INVESTIMENTO, NON UN COSTO”

Omnia Technologies, piattaforma che unisce l'esperienza dei migliori specialisti nelle tecnologie di automazione per il settore enologico, basa la propria offerta su tre valori: tecnologia, sostenibilità e servizio. Per rispondere alle sfide del mercato, e anticipare le esigenze dei propri clienti, è nato in Bertolaso un nuovo team interamente dedicato al service e guidato da un manager di lunga esperienza. Con l'obiettivo di replicare il modello in tutte le aziende e i brand del Gruppo.

Omnia Technologies, piattaforma che unisce l'esperienza dei migliori specialisti nelle tecnologie di automazione per il settore enologico, basa la propria offerta su tre valori: tecnologia, sostenibilità e servizio. Per rispondere alle sfide del mercato, e anticipare le esigenze dei propri clienti, è nato in Bertolaso un nuovo team interamente dedicato al service e guidato da un manager di lunga esperienza. Con l'obiettivo di replicare il modello in tutte le aziende e i brand del Gruppo.

Una piattaforma creata per fornire soluzioni tecnologiche integrate che coprono l'intero processo produttivo, dal ricevimento delle uve all'imbottigliamento e confezionamento finale. Così si presenta Omnia Technologies, gruppo che riunisce numerosi brand italiani specializzati in tecnologie per il settore del vino, che punta al mercato globale anche grazie a una rete di 10 uffici commerciali e di service in tutto il mondo e un approccio basato su tecnologia, sostenibilità e servizio.

Ma come si declinano questi valori? Con che investimenti e in quali azioni concrete? Abbiamo approfondito l'aspetto del servizio con il nuovo direttore del Customer Service di Bertolaso, **Paride Colantoni**, manager di comprovata esperienza maturata in primari Gruppi dell'industry.

Lei è entrato da poco in Bertolaso e nel Gruppo Omnia Technologies. Con quale compito e con quali responsabilità? Il mio ingresso nasce dalla volontà di dotare Bertolaso di una struttura specificamente dedicata al customer service. La mia responsabilità è quella di coordinare tutta l'attività di post-vendita, portando la prospettiva di attenzione al cliente e al servizio che caratterizza il nostro Gruppo.

Come si vince la sfida del servizio al cliente lavorando in un'azienda storica come Bertolaso?

È una sfida che non si vince in un giorno, ma lavorando costantemente nel cambiare la prospettiva, mettendo l'attenzione al prodotto e alla tecnologia sullo stesso piano del servizio che viene fornito. La nostra convinzione è che il service debba essere visto non come un costo ma come un investimento nella relazione e nella fiducia che i clienti nutrono verso l'azienda e le sue persone.

Quali sono gli obiettivi? E quali sono state le prime azioni che ha messo in atto?

Il nostro obiettivo è quello di migliorare e portare a un livello superiore il rapporto con i nostri clienti, partendo dall'ascolto delle loro necessità. Per farlo abbiamo razionalizzato e potenziato l'organizzazione, creando all'interno di Bertolaso una funzione di service con responsabilità e ruoli molto chiari. Come prime azioni, è nostra intenzione andare a visitare di persona tutti i clienti italiani e parallelamente organizzare un team service di trenta persone, diviso in tre diverse aree: la prima macro-area, l'After Sales, si occupa di ricambi, upgrade ed engine-

ring del servizio, oltre a fornire servizi come il training e l'assistenza H24. Le altre due aree sono il Technical Support, sia telefonico che online, e il Service Management, che coordina e gestisce tutte le attività on-site e lungo tutto il ciclo di vita della macchina.

Allargando il focus all'offerta di tecnologie e di soluzioni per l'imbottigliamento di Bertolaso, cosa la rende distintiva rispetto ai competitors?

L'unicità delle soluzioni che propone e la conoscenza del settore, soprattutto di quello del vino e dei distillati. Pur essendo un'azienda grande, con una vasta gamma di prodotti e di tecnologie installate, Bertolaso è in grado di proporre soluzioni su misura e completamente personalizzate, oltre che altamente innovative.

Abbiamo recentemente sviluppato una serie di tecnologie di imbottigliamento come Sm@rtblock, il monoblocco compatto e in grado di adattarsi a qualunque tipo di esigenza e di dimensione, e per questo pensato anche per le cantine più piccole. Ora la sfida è quella di mettere a frutto il potenziale dell'a-



▲ Sm@rtblock



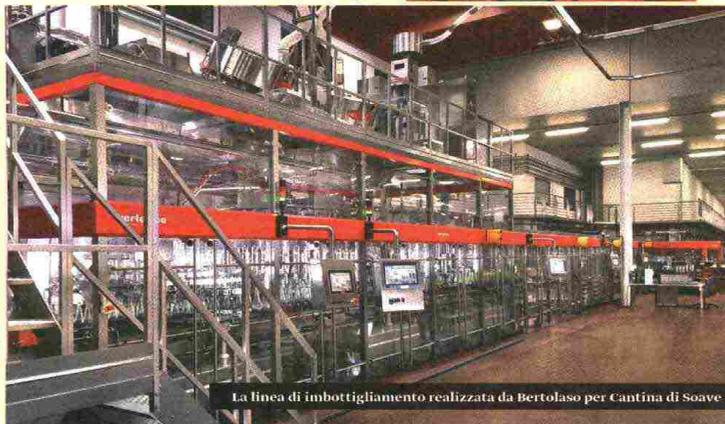
PARIDE COLANTONI

zienda, permettendo a tutte le funzioni di poter lavorare in sinergia, a partire dal service.

Tornando al modello di service, pensa che quanto avete adottato in Bertolaso possa essere adottato in altre aziende del Gruppo? E se sì, come?

Sicuramente l'intenzione è quella, perché la nostra visione è unica e molto chiara. Stiamo già iniziando ad estendere questo modello di service

a tutte le aziende del mondo bottling&packaging del Gruppo, che agiscono in sinergia e in stretta collaborazione con Bertolaso. La strategia di Omnia Technologies è quella di fornire soluzioni tecnologicamente avanzate e sostenibili, in grado di soddisfare le aspettative del mercato con un elevato livello di servizio: per questo è importante replicare su tutta la catena del valore lo stesso livello di attenzione, centralità e capacità di ascolto del cliente.



La linea di imbottigliamento realizzata da Bertolaso per Cantina di Soave

Omnia Technologies
Enabling Evolution

**OMNIA TECHNOLOGIES
AL SERVIZIO DEL MONDO DEL VINO**

Omnia Technologies è la piattaforma globale che unisce l'esperienza dei migliori specialisti italiani nelle tecnologie di automazione per il settore enologico, e basa la propria offerta su tre valori, tra essi strettamente correlati: tecnologia, sostenibilità e servizio. La fase di processo è presidiata dai brand Della Toffola, Padovan, Permeare, Sirio Alliberti, Gimar e F2-Favotto, mentre per la fase di imbottigliamento ed etichettatura Omnia Technologies può contare su Bertolaso, Ave, Z-Italia e Omb, a cui si aggiungono Win&Tech, Innotec, Mar.Co., Alfa3 e Ape come fornitori di componenti di impianti completi.