

2.1 La storia della Volatile Bernardo snc e l'evoluzione fino ad oggi

La *Volatile Bernardo* viene fondata nel dicembre 1951 a Palagonia, un piccolo paese in provincia di Catania. Il fondatore Bernardo Volatile era un grande imprenditore. Già anni prima di aprire la Volatile Bernardo, incominciò vendendo per tutta la Sicilia orientale motociclette e motorini. Il primo approccio con i trattori avviene nel 1952 con la concessione di vendita del marchio Pasquali; anni dopo diviene concessionario Lamborghini, per seguire con i marchi Landini nel 1967, Agrifull nel 1970 e Goldoni nel 1979. L'impresa di Bernardo Volatile non fu per niente facile, perché negli anni '50 non era ancora concepibile nella mentalità del contadino l'uso di macchinari meccanici per l'agricoltura; infatti, l'agricoltore era colui che con il lavoro prettamente manuale forniva i prodotti di cui nutrirsi. L'opera di Volatile può essere considerata una vera rivoluzione, ma l'elemento che senza alcun dubbio gli ha reso un vantaggio competitivo indiscusso è stato considerare il cliente non tanto come cliente, quindi non come una mucca da mungere fino a quando è possibile farlo ma, "*il cliente come un amico*". Il fatto di essere stato egli stesso un agricoltore ancor prima che imprenditore gli permise una miglior conoscenza dei clienti, che erano anche suoi amici conoscendone bene le esigenze. Bernardo Volatile già negli anni '50 apprese e sposò come sua filosofia il cardine fondamentale del marketing: il cliente prima di tutto. Infatti, il successo che ha sempre caratterizzato sin dalle origini la Volatile Bernardo sono stati i suoi clienti, il cliente visto come un amico, il cliente come un capitale. Nel 1999 la *Volatile Bernardo* da ditta individuale diventa una società di persone, la *Volatile Bernardo s.n.c.*, guidata dal capostipite Bernardo, dalla moglie Anna e dai figli Francesco e Salvatore, che hanno continuato e migliorato il lavoro dei genitori. La ditta è oggi concessionaria dei marchi Lamborghini, Goldoni, Landini, McCormick, Laverda, Valpadana, Merlo e da poco commercializza un'impresa leader negli escavatori e minipale Neuson.

La *Volatile Bernardo s.n.c.* continua a mantenere il suo carattere innovativo e attento ai cambiamenti di mercato. In essa incomincia a muovere i primi passi la terza generazione. L'entrata infatti di Bernardo Andrea Volatile, comincia a portare linfa nuova all'interno dell'azienda. Grazie agli studi in economia aziendale, egli sta iniziando a modificare strutture e modi di pensare consolidati nel tempo, per adattare l'azienda ad un ambiente in piena evoluzione (il che continuerà in un prossimo futuro con l'entrata in azienda degli altri nipoti di Bernardo Volatile).

L'analisi della struttura organizzativa per capire tutti i meccanismi di coordinamento all'interno delle varie attività.

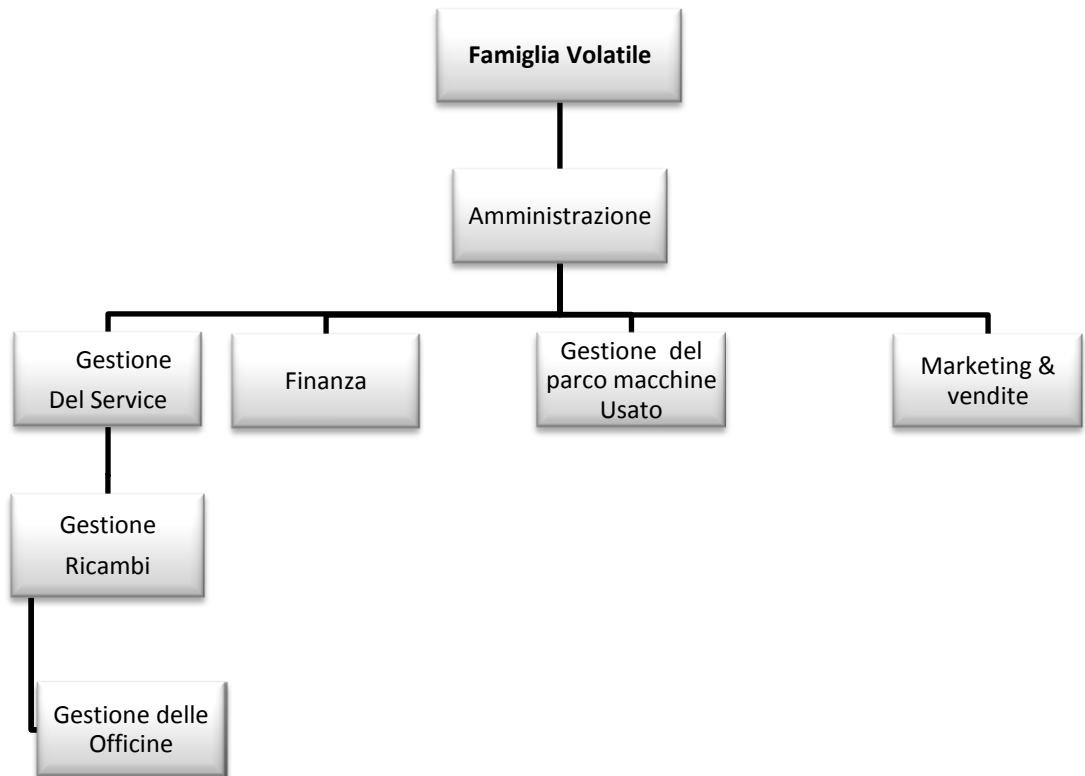
Nella progettazione della struttura organizzativa si è tenuto conto di tre fattori seguenti:

1. Analisi delle attività che devono essere svolte;
2. Scelte di divisione e specializzazione del lavoro;
3. L'uso di meccanismi di integrazione, sia strutturali che interpersonali che portino al conseguimento delle minimizzazioni dei costi di coordinamento tra le unità organizzative.

La struttura organizzativa¹ adottata dalla *Volatile Bernardo snc* è quella di tipo funzionale (Fig. 2.1), considerata più idonea alle esigenze.

¹ (Henry L. Tosi, 2006)

Fig. 2.1 organigramma della struttura organizzativa della Volatile Bernardo snc



La figura 2.1 mostra al vertice la proprietà che interagisce con l'amministrazione per controllare l'operato delle quattro funzioni. Tutte le funzioni devono essere "rivolte al cliente" e collaborano per soddisfare i bisogni e le aspettative del cliente.

Amministrazione: ha la funzione di ottimizzare l'impiego delle risorse disponibili, dividendole tra le varie attività aziendali, secondo il reale bisogno di ogni funzione. Riesce a controllare l'operato delle varie funzioni analizzando i costi e ricavi di ognuna.

Gestione del Service: gestisce il post vendita, sviluppando con i fornitori relazioni a lungo termine e cercando di mantenere uno standard qualitativo elevato. Gestisce l'assistenza tecnica studiando i bisogni del cliente, analizza i reclami e le garanzie, e risponde in modo cortese e rapido.

Finanza: ha il compito di preparare le fatture, concedere e stabilire l'entità del credito che può essere fatto ai vari clienti in funzione della loro potenzialità e solvibilità.

Gestione del parco macchine usato: analizza il mezzo usato facendo un'attenta analisi delle condizioni del mezzo: dà una valutazione economica del mezzo, considera l'eventuale ripristino della macchina e l'incidenza che tale operazione ha sulle vendite.

Marketing & Vendite: sviluppa offerte rivolte a ciascun segmento, ha una conoscenza specializzata del settore e spesso visita le strutture dei clienti per capire ciò di cui loro necessitano per la loro azienda.

Nelle varie funzioni dell'azienda possono nascere delle rivalità o delle incomprensioni. Alcune di queste possono derivare da differenze d'opinioni o divergenze di obiettivi. Molto spesso i responsabili del credito possono essere sfavorevoli a concedere crediti a clienti, che possono sembrare in prima analisi poco affidabili, mentre i venditori ritengono che i criteri di affidamento del credito alla clientela siano eccessivamente rigidi. In questo caso, sarà la proprietà a cercare la soluzione migliore. Inoltre, periodicamente, vengono fatte delle riunioni a livello funzionale, dove si ottiene un livello più elevato di comprensione e collaborazione. Oggi uno dei meccanismi di coordinamento più usati in azienda è collegare la finanza e le vendite attraverso un database dove vengono catalogate tutte le informazioni qualitative di ogni cliente. Qualora tali informazioni risultassero insufficienti, va effettuato un eventuale confronto fra le funzioni.