

## Przemysł caravanningowy z perspektywy kobiety

data aktualizacji: 2018.08.14



**Sandra Zani odpowiedzialna jest od niedawna za eksport pojazdów turystycznych produkowanych we włoskich fabrykach grupy Trigano. Dzięki jej staraniom firma przoduje w polityce równouprawnienia, promując przedsiębiorczość wśród kobiet na najwyższych stanowiskach.**

**Polski Caravanning: Jest Pani nową osobą w branży. Jakie zmiany udało się w tak krótkim czasie przeforsować?**

Sandra Zani, export manager TRIGANO SpA: Przez 22 lata pracowałam dla zupełnie innej branży. Jestem więc zupełnie świeża w świecie caravanningowym, bo też dotąd nigdy nie miałam doświadczenia z kamperami. Od niedawna to codzienność. Prezentacja kamperów za dnia, a podczas weekendów wycieczki „domem na kołach”. Przyznam, że caravanning to niesamowita okazja bycia bliżej natury i jako taką formę turystyki rekomenduję w podobny sposób zupełnie świeżym w branży, więc i potencjalnym klientom i kontrahentom.

Mój wysiłek ukierunkowany jest na zmiany, których pożądamy potencjalni klienci. Jedną z naszych chlub jest elastyczność, bo jakkolwiek produkujemy kampery seryjnie, to każdy wyposażony jest indywidualnie. Zresztą zauważyliśmy, że to kobiety – słynące z fascynacji pięknej – dość często decydują o ostatecznym wyborze kampera i właśnie na ten aspekt stawiam najbardziej.

## **Jaki jest dziś potencjał włoskiej fabryki?**

TRIGANO SpA od ponad 30 lat jest producentem kamperów marki CI i Roller Team. Jesteśmy liderem na włoskim rynku caravaningowym, bo zatrudniamy ponad 345 pracowników, przy średniej mocy produkcyjnej 15 pojazdów dziennie. Siedziba firmy znajduje się w strefie przemysłowej Cusona, kilka kilometrów od słynnego San Gimignano (Siena) w Toskanii. Tegoroczne plany produkcyjne to ponad 3300 pojazdów.

## **Jakie zmiany obserwuje Pani na rynku? Jakie segmenty stają się popularne, a które tracą na znaczeniu**

Kampery z alkową są zakorzenione we włoskiej tradycji uprawiania caravaningu. Uwielbiamy podróżować wybitnie rodzinnie, więc na pokładzie musi znaleźć się miejsce dla rodziców z liczną gromadą dzieci. Bez wątpienia to nadal najlepiej sprzedająca się kategoria kamperów we Włoszech. Oczywiście tzw. low-profile, czyli w połowie zintegrowane kampery, zyskują na znaczeniu w Europie i taki trend daje się zauważyć i w Polsce. Najlepiej sprzedają się dziś kampery z opuszczanymi łózkami. To też najczęstszy wybór osób bezdzietnych, które bardziej są zainteresowane dużymi możliwościami bagażowymi kampera i właśnie takie modele znajdują najczęściej nabywców w Polsce.

## **Pewnie nieprzypadkowo też nazwy kamperów grupy Trigano są tak melodyjne...**

Z wyborem nazw nie jest taka łatwa sprawa, jakby się mogło wydawać, bo przecież wyzwaniem jest niepowtarzalność. Zanim zapadnie decyzja, trzeba przeszukać internet, aby sprawdzić, czy danego pomysłu ktoś już przypadkiem nie wcielił w życie.

Dużo więcej wysiłku leży jednak po stronie designerów. Z tego oczywiście - jako Włosi, słyniemy. W branży caravaningowej nie zatraciliśmy naturalnego instynktu projektowania wyjątkowych kamperów. Jesteśmy z tego szczególnie dumni. Swoją drogą, w naszym departamencie technicznym wśród 20 osób zaangażowanych w prace projektowe pracują mężczyźni, ale nad ich wysiłkami czuwa... kobieta! A jakość? Najlepszym dowodem wysokiej jakości naszej propozycji jest fakt, że bazujemy na podwoziach made in Italy. Ducato nie bez powodu zyskał prymat wśród firm karosujących zabudowy.

## **A cena - jak dużą rolę?**

Nie produkujemy budżetowych kamperów. Na najniższej półce cenowej znajdziemy modele Elliot i Auto Roller bazujące na Fordzie Transit. Magisty i Zefiro to najczęstszy wybór i druga półka cenowa - bazują na Ducato. Trzeci poziom to Riviera i Granduca, a Simphonia i Magnifico to klasa wyższa. Mamy jeszcze modele Mizar i Pegaso - to w pełni zintegrowane modele, które reprezentują top level jeśli idzie o cenę.

## **Ten sezon to raczej dopracowanie już sprawdzonych rozwiązań, prawda?**

Sukcesywnie wprowadzamy nowości, ale wszystkie w porozumieniu z naszymi dilerami, którzy jako pierwsi mogą je podziwiać i konsultować z nami, zanim ujrzą światło dzienne. Odkąd odpowiadam za relacje z dilerami i za dział eksportu, staram się nie zaskakiwać naszych kontrahentów rewolucjami, które niekoniecznie mogą sprawdzić się na każdym z rynków. Dlatego też sprzedaż camperów, CI i Roller Team w Polsce systematycznie rośnie.

## **Artykuł pochodzi z numeru 4(69) 2015 Polskiego Caravaningu**

Źródło: