

# ha

household appliances

# factory

domestic, professional, industrial components & solutions

tecniche nuove

ISSN 2612-2758

## THE INSIDE BESIDE YOU



MADE IN ITALY 

[thermowatt.com](http://thermowatt.com)

**THERMOWATT**  
The heart of electric appliances



are brands of  
Thermowatt Group



### 3

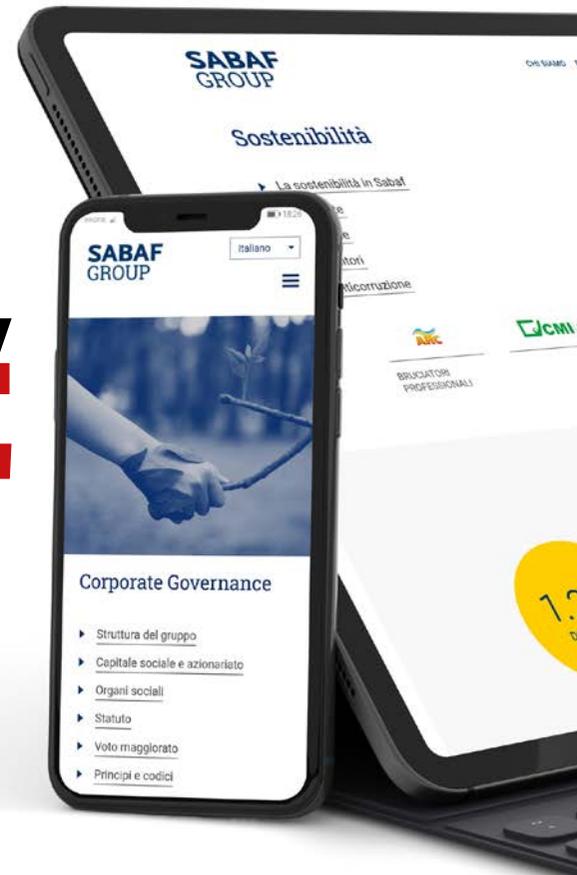
MAR 2021

**ZOOM** New materials for new appliances • **TECHNOLOGIES** The cold and heat challenges • **MANAGEMENT** A new online presence for an integrated communication • **MARKET** The economic trend in Portugal



# One for all, **ALL FOR ONE**

*Five companies, one group. Sabaf Group has redesigned its online presence and presents its new website, a place that defines in organic and detailed way the Group itself and the ambits where it operates, together with the various companies composing it*



**T**

he history of Sabaf Group started in the early Fifties in Italy and, through a constant growth, the company has become one of the world leader manufacturers of components for household appliances.

Protagonists of this success the parent company Sabaf SpA and the subsidiaries Sabaf do Brasil, Sabaf Turkey and Sabaf China (specialized in taps, gas thermostats and domestic burners), Arc srl (operating in the field of professional cooking burners), Faringosi Hinges srl and Cmi srl (producers of hinges for ovens, washing machines and dishwashers) and Okida Electronik (operating in the sector of electronic components for household appliances).

A history that today, to be narrated in the right way, giving space and value to its uniqueness and at the same time to its facets, has needed the creation of a new business site. Pietro Iotti, CEO of Sabaf Group, tells the motivations and the targets of the operation.

**What has given birth to the need of creating a single website to present the various companies that make up the Group?**

Until now, each of the various companies belonging to Sabaf Group had its own website. However, in re-



Pietro Iotti, AD Sabaf Group

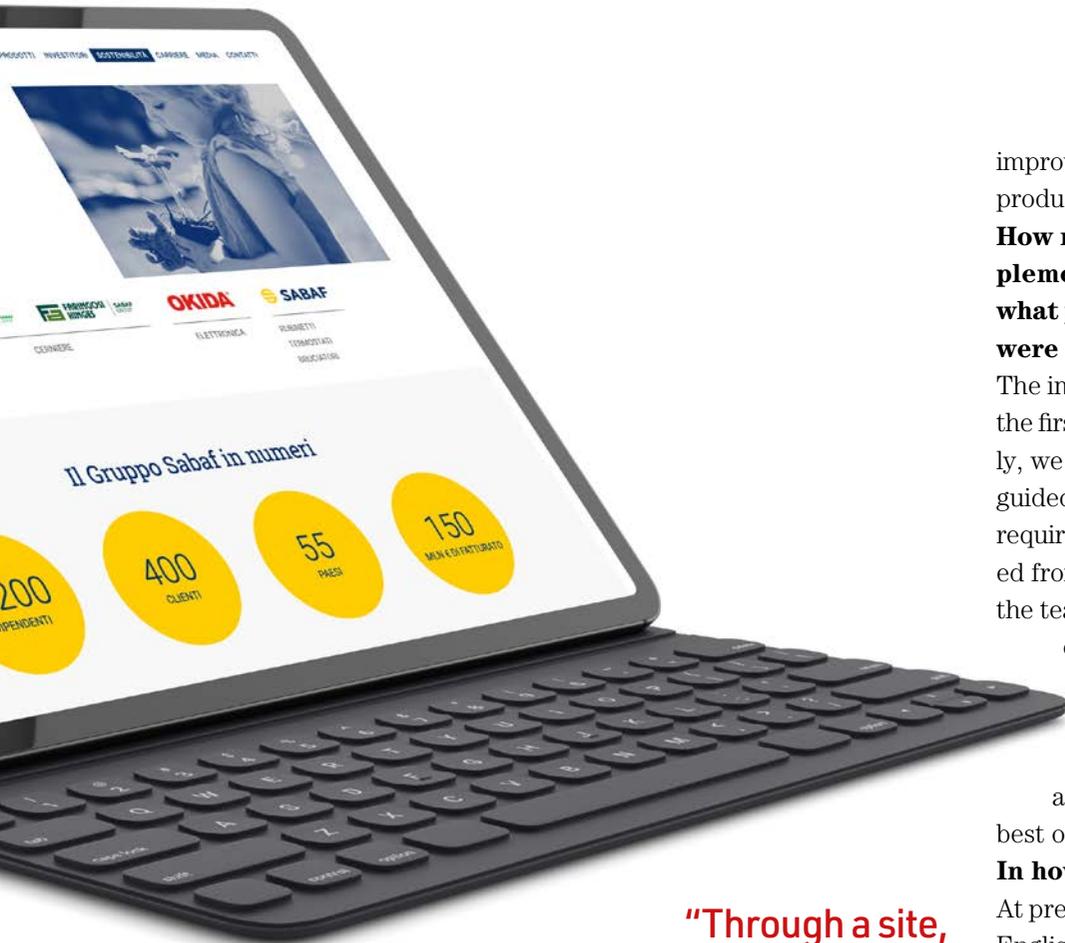
cent years Sabaf Group has notably grown and we missed a place able to define, in detailed and organized manner, the Group itself and the ambits where it operates, together with its various companies.

For this reason, we thought it was the right time to create a site ([www.sabafgroup.com](http://www.sabafgroup.com)) that could satisfy this requirement and, meanwhile, we have seized the opportunity to review and to update completely the sites of some subsidiaries.

**What is the communication target pursued by Sabaf Group?**

The main target is displaying a showcase to the world that represents at best the Group, its values, its companies, its products and, finally, employees. The goal is conveying the right perception of what Sabaf Group is today, with its nine branches (in Italy, Poland, Turkey, Brazil and China), the over 1,300 employees and more than 440 customers in 55 Countries, as well as of its ranking in the world panorama of the various appurtenance sectors.

Definitively, the site should be able to give whoever is interested in knowing us (customers, suppliers, investors and stakeholders) the possibility of understanding simply and efficaciously our reality and re-



alizing whether they can find a solution to their requirements. **What are the features and the values shared by the companies belonging to the Group? And what about the differences that make them complementary?**

Each company of our Group stands out for being a reference reality on a world scale in its specific sectors, with excellent level know-how, a broad product range acknowledged for its higher quality, a top level pre- and after sales service, highly appreciated by customers. Therefore, we share the fact of being leaders with well-rooted expertise, but especially we share the fundamental ethical and moral values on which the Group is based and that represent the foundations of our daily activity. At the same time, each company preserves its own roots and specificities that, through a correct management, are shared by the Group, permitting to

**“Through a site, we essentially try giving information to possible stakeholders (customers, first of all), it is also true that at the same time we try attracting new talents who share our values and our ambitions”**

improve and to optimize the functions or to develop products with an all-round collaboration.

**How much time did the website design and implementation work take? How did it evolve, what professionalisms were involved and what were the steps?**

The implementation has taken about one year since the first meeting among all involved people. Obviously, we turned to a team of sector professionals who guided us in the choice of the best solutions for our requirements, to achieve the wished result. We started from a brainstorming between professionals and the team of managers involved in the project, to understand target and way to be travelled to hit it. We defined the key points we deemed irremissible and afterwards their contents. It was a long and detailed work but it has aided us to understand how communicating at best our identity and our goals.

**In how many languages is it available?**

At present the available languages will be Italian and English but nothing prevents other languages from being activated like, for example, Chinese (already available for the site of Sabaf Spa).

**Have you adopted the same structure and a coordinated image for all sites or are they designed differently, depending on companies' peculiarities?**

Each company of the Group has its own dedicated website (whose image is now coordinated with the Group's) that expresses and tells the single specificities adequately.

**What items are provided for each site?**

Each of the sites, of both Sabaf Spa parent company and of subsidiaries, allows obtaining clear information about the company, its history, its products and open careers opportunities in each of them. If it is true, in fact, that through a site we essentially try giving information to possible stakeholders (customers, first of all), it is also true that at the same time we try attracting new talents who share our values and our ambitions.

**Have you created some specific contents (videos, tutorials, technical contents...)?**

The websites of the Group's various companies already existed, with all necessary materials already at

disposal. In the new sites, we mainly tried simplifying, rationalizing and standardizing the various information use modalities, so that the user, surfing from one site to another, can find the same logic course, the same “user experience”. In some cases, we have created new support materials, especially from the technical point of view.

**It is possible to download documents (catalogues, technical sheets, white papers, articles...)? If so, does the download occur upon registration?**

Yes, it is possible to download, freely and without any registration, a huge volume of information. First, in the Investors’ section of the Group site it is possible to download all the documents concerning the

business management (Statute, Annual and Infra Annual Financial Statements and so on) or regarding mandatory communications to listed companies (Press releases) like Sabaf (SABA, MI). From the Sustainability section it is instead possible to download our Charter of values, a document

that summarizes the values shared by the Group and on which the daily activity of each employee is based. Other types of information are instead available for download in the sites of single companies, like for instance the technical sheets of products (downloadable from the Products section) or the corporate certifications achieved.

**Are there any sections reserved to customers, with contents reserved to them?**

No, all site sections are freely accessible.

**Does the site provide for the interaction with users? If so, of what kind (blogs, chats, online quotes, customer care)?**

In each page of each site there are some links connected with some modules to be filled up to allow users to get in touch with our experts and obtain all kind of information: from financial to technical ones.

## UNO PER TUTTI, TUTTI PER UNO

Quella del gruppo Sabaf è una storia che è cominciata nei primi anni '50 in Italia e, grazie a una crescita costante, l'ha reso uno tra i primi produttori mondiali di componenti per apparecchi domestici. Protagonisti di questo successo la capogruppo Sabaf SpA e le controllate Sabaf do Brasil, Sabaf Turchia e Sabaf Cina (specializzate in rubinetti, termostati gas e bruciatori domestici), Arc srl (attiva nel comparto dei bruciatori per la cottura professionale), Faringosi Hinges srl e Cmi srl (produttrici di cerniere per forni, lavatrici e lavastoviglie) e Okida Electronik (operante nel settore della componentistica elettronica per elettrodomestici). Una storia che oggi, per essere raccontata nel modo giusto che desse spazio e valore alla sua unicità e al tempo stesso alle sue sfaccettature, ha richiesto la creazione di un nuovo sito aziendale. A raccontare le motivazioni e gli obiettivi dell'operazione è Pietro Iotti, ad del Gruppo Sabaf.

**Da cosa è nata l'esigenza di creare un unico sito web per presentare le diverse aziende che compongono il gruppo?**

Fino ad oggi le diverse società appartenenti al Gruppo Sabaf avevano ognuna un proprio sito web. Ma il Gruppo Sabaf negli ultimi anni è cresciuto notevolmente e mancava un luogo che definisse in modo organico, dettagliato ed organizzato il Gruppo stesso e gli ambiti in cui esso, e le diverse aziende che lo compongono, opera. Per questo abbiamo pensato che fosse giunto il momento di creare un sito ([www.sabafgroup.com](http://www.sabafgroup.com)) che assolvesse a questa necessità e, contestualmente, abbiamo colto l'occasione per rivedere ed aggiornare completamente i siti di alcune controllate.

**Qual è l'obiettivo di comunicazione che si è posto il Gruppo Sabaf?**

L'obiettivo principale è quello di avere una vetrina sul mondo che meglio rappresenti il Gruppo, i suoi valori, le sue aziende, i suoi prodotti e, non ultimo, le persone che vi lavorano. L'obiettivo è quello di dare una percezione corretta su

cosa sia oggi il Gruppo Sabaf, con le sue nove sedi (tra Italia, Polonia, Turchia, Brasile, Cina), gli oltre 1.300 dipendenti e gli oltre 440 clienti in 55 Paesi e di come si posizioni nel panorama mondiale dei diversi settori di appartenenza. In ultima istanza il sito dovrebbe essere in grado di fornire a chiunque voglia conoscerci (clienti, fornitori, investitori, stakeholder) la possibilità di capire in modo semplice ed efficace chi siamo e comprendere se può trovare risposta alle sue necessità.

**Quali sono i tratti e i valori comuni tra le aziende che compongono il gruppo? E quali le differenze che le rendono complementari?**

Ogni azienda del nostro Gruppo si caratterizza per essere un punto di riferimento a livello mondiale nel proprio specifico settore, con un know-how di altissimo livello, una gamma prodotti vasta e di riconosciuta superiore qualità, un servizio di assistenza pre e post vendita di prim'ordine, molto apprezzato dai clienti. Condividiamo quindi l'essere leader con competenze ben radicate, ma soprattutto condividiamo i valori etici e morali di fondo sui cui si basa il Gruppo e che sono alla base del nostro agire quotidiano. Allo stesso tempo ogni società mantiene le proprie radici e specificità che, grazie a una corretta gestione manageriale, vengono condivise a livello di Gruppo permettendo di migliorare ed ottimizzare le funzioni o di sviluppare prodotti con una collaborazione trasversale.

**Quanto tempo ha richiesto il lavoro per la progettazione e la realizzazione del sito? Come si è evoluto, quali sono state le professionalità coinvolte e quali sono stati gli step?**

La realizzazione ha richiesto circa un anno dalla prima riunione tra tutte le persone coinvolte. Ci siamo affidati, ovviamente, a un team di professionisti del settore che ci hanno guidato nella scelta delle soluzioni migliori per le nostre esigenze, in modo da ottenere il risultato voluto. Siamo partiti da un brainstorming tra i professionisti e il

gruppo di dirigenti coinvolti sul progetto, per capire obiettivo e strada da percorrere per raggiungerlo. Abbiamo definito i punti cardine che avrebbero dovuto essere presenti ed in seguito i contenuti degli stessi. Si è trattato di un lavoro lungo e dettagliato, ma ci ha anche aiutato a capire come comunicare nel modo migliore chi siamo e dove vogliamo andare.

**In quante lingue è disponibile?**

Le lingue disponibili saranno, per ora, Italiano ed Inglese ma nulla vieta che si possano attivare anche altre lingue come, per esempio, il Cinese (già disponibile per il sito di Sabaf Spa).

**Avete adottato una struttura uguale e un'immagine coordinata per tutti i siti o sono progettati in modo diverso a seconda delle peculiarità delle aziende?**

Ogni azienda del Gruppo ha un suo sito web dedicato (la cui immagine è ora coordinata con quella del Gruppo) che esprime e racconta in

modo adeguato le singole specificità.

**Quali sono le voci che l'utente troverà all'interno di ogni sito?**

Ognuno dei siti, tanto della capogruppo Sabaf Spa che delle controllate, permette di ottenere chiare informazioni sulla società, sulla sua storia, sui suoi prodotti e sui percorsi di carriera aperti in ognuna di esse.

Se è infatti vero che attraverso un sito si cerca innanzitutto di dare informazioni ai possibili stakeholder (primi fra tutti i clienti), è anche vero che noi cerchiamo, allo stesso tempo, di attrarre anche nuovi talenti che condividano i nostri valori e le nostre ambizioni.

**Avete creato dei contenuti specifici, come dei video, tutorial oppure contenuti tecnici?**

I siti web delle diverse società del Gruppo erano già esistenti, con tutti i materiali necessari già disponibili. Nei nuovi siti abbiamo innanzitutto cercato di semplificare, razionalizzare

ed uniformare le modalità di fruizione delle informazioni in modo che l'utente, passando da un sito all'altro, trovi lo stesso percorso logico, la stessa "user experience".

In alcuni casi sono stati creati nuovi materiali a supporto, soprattutto dal punto di vista tecnico.

**C'è la possibilità di scaricare materiali come cataloghi, schede tecniche, white paper, oppure articoli? Se sì, il download avviene dopo aver effettuato una registrazione?**

Sì, è possibile scaricare, liberamente e senza nessuna registrazione, una notevole mole di informazioni. Innanzitutto nella sezione Investitori del sito di Gruppo è possibile scaricare tutti i documenti relativi alla gestione aziendale (Statuto, Bilanci Annuali e Infra Annuali, ecc.) o relativi alle comunicazioni obbligatorie che stanno in capo alle aziende quotate (Comunicati Stampa) come Sabaf (SABA.MI).

Dalla sezione Sostenibilità può essere invece scaricata la nostra Carta dei Valori, un documento che riassume i valori condivisi a livello di Gruppo e sui cui si basa l'attività quotidiana di ogni dipendente.

Nei siti delle singole società invece sono disponibili da scaricare altri tipi di informazioni come, per esempio, le schede tecniche dei prodotti (che sono scaricabili dalla sezione Prodotti) oppure le certificazioni aziendali ottenute.

**Ci sono sezioni riservate ai clienti con contenuti riservati a loro?**

No, tutte le sezioni dei siti sono liberamente accessibili.

**Il sito prevede forme di interazione con l'utente? Se sì, di quale tipo?**

In ogni pagina di ogni sito vi sono dei link che rimandano a dei moduli da compilare per permettere all'utente di mettersi in contatto con i nostri esperti ed ottenere ogni tipo di informazione: da quelle finanziarie a quelle tecniche.



**They can hardly be seen,  
but they make everything work perfectly.**

Innovative and competitive solutions, Electronic Manufacturing Services and components for domestic appliance manufacturers: gas, radiant and induction cooking, ovens, refrigerators and washing appliances.



Mondragón Componentes